

VORWORT

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,

Auch 2021 war ein gutes Jahr für Ihr Unternehmen CEWE

Das Ergebnis des Jahres 2021 ist das zweithöchste der CEWE-Geschichte. Insofern können wir nicht unzufrieden sein und akzeptieren, dass das Jahr 2020 mit seiner „Stay-at-home“-Sonderkonjunktur in den Lockdown-Zeiten für uns ein starker Rückenwind im Fotofinishing war. Trotzdem hat sich die operative EBIT-Marge im Fotofinishing nochmals gegenüber 2019 verbessert und der Kommerzielle Online-Druck und der Hardware-Retail haben ihren EBIT-Beitrag gesteigert. Daraus resultierten 72,2 Mio. Euro EBIT in der CEWE-Gruppe, nach 79,7 Mio. Euro im Jahr 2020 und nach 56,8 Mio. Euro 2019. Das Ergebnis des Jahres 2021 kann sich sehen lassen.

13. Dividendensteigerung in Folge geplant

Auf Basis dieses wieder guten Ergebnisses kann Ihr Unternehmen auch die lange Reihe steigender Dividenden fortsetzen. Nach 2,30 Euro pro Aktie 2020 werden wir Ihnen nun auf der Hauptversammlung 2021 eine Dividende von 2,35 Euro pro Aktie vorschlagen. Dies wäre die 13. Dividendensteigerung in Folge. Es gibt nur sehr wenige Unternehmen in Deutschland, die eine so hohe Stetigkeit in der Dividendensteigerung vorweisen können. CEWE will verlässlich sein. Das sind wir auch hier. Darauf ist Ihr CEWE-Team stolz.

Ein großer Dank gebührt allen aus dem CEWE-Team ...

Dem gesamten CEWE-Team gebührt auch ein großer Dank. Natürlich ein großer Dank für die hervorragende Arbeit an allen Stellen, die erneut zu diesem guten Ergebnis geführt hat. Das war wieder eine tolle Leistung! Ganz besonders danken möchten wir zusätzlich für das Durchhalten in der schwierigen Corona-Zeit: Fast keine persönlichen Besprechungen. In der Produktion den ganzen Tag die Maske vor dem Gesicht tragen. Auch Kundinnen und Kunden, Handelspartner, Lieferanten, Technologiepartner, Investorinnen und Investoren wurden 2021 wiederum nur in ganz großen Ausnahmefällen persönlich getroffen und wenn, dann mit entsprechenden Sicherheitsvorkehrungen. Das machte niemandem Freude. Im Gegenteil zehrt dies – bei allen Unternehmen, so auch bei CEWE – am „Social Capital“.

... besonders für das Durchhalten im zweiten Corona-Jahr

Und trotzdem halten wir durch. Trotzdem ging die Energie und gute Stimmung nie verloren, sondern es fand sich immer jemand in jedem Team, der die anderen wieder aufbaute und mitzog. Und alle haben sich immer wieder aufbauen und mitziehen lassen. Das ist schön zu sehen. Gerade in der – in der Pandemie schwierigen – Herbst- und Winterzeit, in der unsere Hauptsaison liegt. Auch darauf kann das Team zu Recht stolz sein – wengleich alle zum Frühling nun auf ein Abschwächen der Virus-Aktivität inständig hoffen.

DER VORSTAND



Von links nach rechts:

Carsten Heitkamp, Thomas Mehls, Dr. Reiner Fageth, Dr. Christian Friege,
Christina Sontheim-Leven, Patrick Berkhouwer, Dr. Olaf Holzkämper

Wir würden diesen einleitenden Brief an Sie gerne kürzer halten ...

In den vergangenen Jahren haben Sie vermutlich bemerkt, dass der einleitende „Brief an die Aktionäre“ immer länger geworden ist. Wir wollten Ihnen gerne die Story eines Jahres zusammengefasst darstellen ... und hatten doch immer noch Wesentliches auf den Lagebericht verschieben müssen. Dies soll sich nun ändern. Der Brief an Sie wird nun zum Vorwort, wie Sie sehen können.

... und dafür im neuen Abschnitt „An die Aktionäre“ sehr prägnant informieren

Neu hinzugefügt haben wir den Abschnitt „An die Aktionäre“, in dem wir Ihnen in überschaubarer Länge und mit grafischer Unterstützung die Story rund um die Zahlen vermitteln möchten. In ähnlicher Form wie ein typisches Investorengespräch verlaufen könnte. Den Lagebericht, wie er rechtlich notwendig ist, erhalten wir natürlich, entschlacken ihn jedoch. Dies ist der erste Geschäftsbericht dieser Art und ist daher ein Test. Wir sind gespannt auf Ihr Feedback zu dieser Weiterentwicklung, gerne z. B. per E-Mail an IR@cewe.de

Genießen Sie das aufkommende Frühjahr! Genießen Sie die sich hoffentlich ergebenden Lockerungen von den Auflagen der Pandemie! Wir freuen uns sehr darüber ... und darüber, dass mit den wieder möglichen Reisen und den Besuchen bei Familie und Freunden wieder herrliche Gelegenheiten für tolle Fotos entstehen. Sicherlich werden wir diese Fotos für unsere Kundinnen und Kunden in Fotoprodukten produzieren dürfen.

Für den CEWE-Vorstand



Dr. Christian Friege

DIE CEWE-GRUPPE

EUROPAS FÜHRENDER FOTO-SERVICE UND ONLINE-DRUCK-ANBIETER

Die CEWE-Gruppe ist Europas führender Foto-Service und Online-Druck-Anbieter.

Aus den Anfängen im Jahr 1912 hat sich CEWE als erste Adresse im Foto-Service für alle entwickelt, die mehr aus ihren Fotos machen wollen. Dafür steht insbesondere das vielfach ausgezeichnete CEWE FOTOBUCH mit jährlich mehr als sechs Millionen verkauften Exemplaren. Weitere personalisierte Fotoprodukte erhalten Kunden zum Beispiel unter den Marken CEWE, WhiteWall und Cheerz – sowie bei vielen führenden europäischen Einzelhändlern. Rund um ihre persönlichen Fotos werden sie in diesen Markenwelten zu vielfältigen kreativen Gestaltungen inspiriert und vertrauen dem Unternehmen jährlich mehr als 2 Mrd. Fotos an.

Zusätzlich hat die CEWE-Gruppe für den noch jungen Online-Druck-Markt eine hocheffiziente Produktion für Werbe- und Geschäftsdrucksachen aufgebaut. Über die Vertriebsplattformen SAXOPRINT und viaprinto erreichen jährlich Milliarden Qualitätsdruckprodukte zuverlässig ihre Kunden.

Die CEWE-Gruppe ist auch durch die Gründerfamilie Neumüller als Ankeraktionär auf nachhaltige Unternehmensführung ausgerichtet und wurde dafür bereits mehrfach ausgezeichnet: wirtschaftlich langfristig orientiert; partnerschaftlich und fair mit Kunden, Mitarbeitern sowie Lieferanten; gesellschaftlich verantwortlich und umwelt- sowie ressourcenschonend. So werden beispielsweise alle CEWE-Markenprodukte klimaneutral hergestellt.

Die CEWE-Gruppe ist mit 4.000 Mitarbeitern in 21 Ländern präsent. Die CEWE-Aktie ist im SDAX notiert. Mehr unter company.cewe.de

PRÄSENT IN EUROPA

● BETRIEBSSTÄTTEN MIT VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

Oldenburg (Hauptsitz ■), Bad Kreuznach, Dresden, Freiburg (Eschbach), Frechen, München (Germering), Budapest (HU), Koźle (PL), Paris (FR), Prag (CZ), Warwick (UK)

● BETRIEBSSTÄTTEN

Mönchengladbach, Montpellier (Fabrègues (FR)), Rennes (Vern-sur-Seiche (FR))

● VERTRIEBSNIEDERLASSUNGEN

Aarhus (Åbyhøj (DK)), Berlin, Bratislava (SK), Bukarest (RO), Göteborg (SE), Köln, Ljubljana (SI), Madrid (ES), Mechelen (BE), Münster, Nunspeet (NL), Oslo (NO), Warschau (PL), Wien (AT), Zagreb (HR), Zürich (Dübendorf (CH))

□ LIEFERGEBIET CEWE-PRODUKTE

Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Italien, Kroatien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Rumänien, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Ungarn

📄 siehe Betriebsstätten und Vertriebsniederlassungen, Seite 204



PREMIUMQUALITÄT MIT FÜHRENDEN MARKEN

FOTOFINISHING

cewe

mein
cewe fotobuch

WHITE WALL DeinDesign®

CHERZ

EINZELHANDEL

cewe
物 japan photo

FOTOLAB
cewe

FOTOJOKER
cewe

wöltje

KOMMERZIELLER
ONLINE-DRUCK

SAXOPRINT
Where print meets passion.

viaprinto
Meine Art zu drucken.

LASERLINE
WE PRINT IT. YOU LOVE IT!

UNTERNEHMENSKENNZAHLEN CEWE-GRUPPE 2021



21

EUROPÄISCHE LÄNDER



27

VERTRIEBS-
NIEDERLASSUNGEN

692,8

MIO. EURO
UMSATZ IM JAHR 2021



5,65

MIO.
CEWE FOTOBUCH
EXEMPLARE
IM JAHR 2021



>20.000

CEWE FOTOSTATIONEN



4.000

MITARBEITER



14

BETRIEBSSTÄTTEN



20.000

HANDELSPARTNER



2,18

MRD.
FOTOS IM JAHR
2021

RESULTATE 2021

GRUPPEN-ERGEBNIS

- » 692,8 Mio. Euro Gruppen-Umsatz in 2021 (2020: 727,3 Mio. Euro)
- » Gruppen-EBIT liegt mit 72,2 Mio. Euro im geplanten Zielkorridor für 2021 (2020: 79,7 Mio. Euro)
- » Steuerquote auf erwartet normalem Niveau von 32,7%
- » Ergebnis je Aktie erreicht 6,77 Euro (2020: 7,20 Euro)

FOTOFINISHING

- » Im Vorjahr 2020 hatte besonders im Weihnachtsgeschäft der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten und in der Folge auf Umsatz und Ergebnis im Fotofinishing
- » Der Fotofinishing-Umsatz erreicht daher 590,1 Mio. Euro in 2021 (2020: 620,0 Mio. Euro)
- » Auch 2021 starkes Fotofinishing-EBIT: 71,2 Mio. Euro (2020: 88,6 Mio. Euro)
- » Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnismarge setzt sich nach 12,4% in 2019 (sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) auf nunmehr 12,7% in 2021 erfreulich fort

EINZELHANDEL

- » Der Hardware-Einzelhandel zeigt sich gut aufgestellt und erreicht trotz rund 30% weniger Filialen als im Vorjahr (100 statt 140 Ladengeschäfte) mit 31,2 Mio. Euro einen nur um –8,7% reduzierten Umsatz (2020: 34,1 Mio. Euro)
- » Das EBIT im Einzelhandel verbessert sich auf 0,2 Mio. Euro (2020: –4,2 Mio. Euro)
- » Im Vorjahr waren noch Restrukturierungskosten für die Filialstrukturoptimierung sowie Wertberichtigungen auf Vorräte von zusammen 4,4 Mio. Euro angefallen

KOMMERZIELLER ONLINE-DRUCK

- » Der KOD-Umsatz bleibt auf Gesamtjahressicht mit 66,0 Mio. Euro coronabedingt leicht unter dem Vorjahreswert (2020: 67,8 Mio. Euro)
- » Mit optimierter Kostenstruktur schafft der KOD bereits auf diesem Umsatzniveau den Turnaround und erreicht ein EBIT von 1,2 Mio. Euro (2020: –3,7 Mio. Euro)

BILANZ UND FINANZIERUNG

- » Die Eigenkapitalquote ist nach bereits sehr solidem Vorjahresniveau (31.12.2020: 48,1%) nochmals gestiegen auf jetzt 56,0%
- » Capital Employed steigt durch das vor allem coronabedingt erhöhte Netto-Working Capital

CASH FLOW

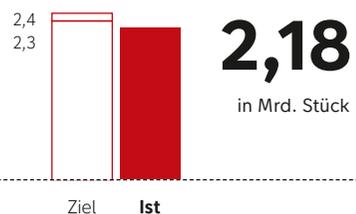
- » Der Verlauf der Coronapandemie lässt betrieblichen Cash Flow um 76,6 Mio. Euro auf 65,6 Mio. Euro zurückgehen
- » Free-Cash Flow vor allem durch Steuerzahlungen und infolge des geringeren Geschäftsvolumens angestiegenen Netto-Working Capitals um 81,8 Mio. Euro verschlechtert
- » Um Corona-Effekte normalisierter Free-Cash Flow mit 71,2 Mio. Euro auf dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes von 76,9 Mio. Euro

KAPITALRENTABILITÄT

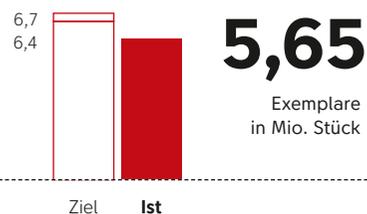
- » Auch nach Ende der Corona-Sonderkonjunktur: ROCE mit 17,5% deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

ENTWICKLUNG FINANZKENNZAHLEN 2021

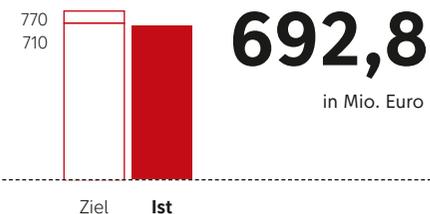
Fotos



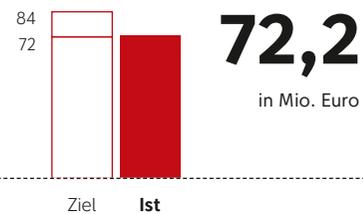
CEWE FOTOBUCH



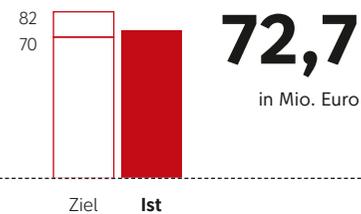
Umsatz



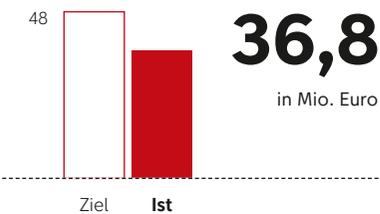
EBIT



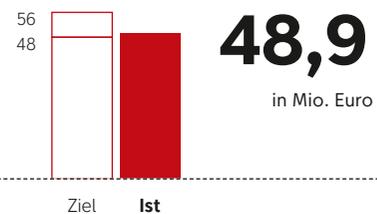
EBT



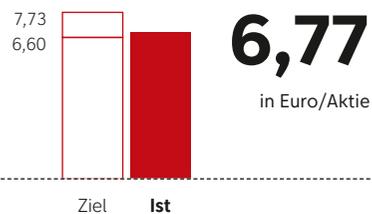
Operative Investitionen



Nachsteuerergebnis



Ergebnis je Aktie (unverwässert)





AN DIE AKTIONÄRE

12 Rückblick 2021 und Ausblick 2022

- 12 Langfristige Entwicklung
- 15 Kerngeschäftsfeld Fotofinishing
- 20 Geschäftsfeld Einzelhandel
- 22 Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck
- 24 Geschäftsfeld Sonstiges
- 25 Gruppen-GuV
- 29 Bilanz
- 33 Cash Flow
- 36 Kapitalrentabilität
- 37 Ausblick 2022

40 Interview mit Dr. Christian Friege

43 CEWE-Aktie

46 Bericht des Aufsichtsrates



RÜCK- BLICK 2021 / AUS- BLICK 2022

LANGFRISTIGE ENTWICKLUNG

Die langfristige Umsatzentwicklung von CEWE lässt sich in drei verschiedene Phasen unterteilen: Nach dem Börsengang Anfang der 1990er-Jahre ist CEWE im rein analogen Fotofinishing-Markt durch die regionale Expansion zum europäischen Marktführer gewachsen. Ab 2000 folgte die Dekade der Analog/Digital-Transformation: Die Digitalkamera eroberte den Massenmarkt und CEWE baute durch frühzeitige Anpassungen von Produktionstechnologie, Vermarktung und Produktsortiment sowie mit dem Aufbau der Marke CEWE FOTOBUCH seine Marktführerschaft im digitalen Fotofinishing aus. So wuchs CEWE dann ab 2010 v.a. durch die konsequente Weiterentwicklung und den Ausbau des Kerngeschäftsfeldes Fotofinishing. Parallel dazu erfolgte während dieser Zeit zudem der Aufbau des neuen, zusätzlichen Geschäftsfeldes Kommerzieller Online-Druck.

Parallel zum Fotofinishing betreibt CEWE derzeit rund 100 eigene Foto-Einzelhandelsgeschäfte, um über diesen Vertriebskanal v.a. Fotofinishing-Produkte direkt zu vermarkten. Neben dieser im Geschäftsfeld Fotofinishing ausgewiesenen Hauptaktivität, erzielt der Einzelhandel auch ein Ergebnis mit Foto-Hardware (Kameras, Objektive etc.), welches als Geschäftsfeld Einzelhandel berichtet wird.

Auf Basis der in der Transformation im Fotofinishing gewonnenen Digitaldruckfähigkeiten und durch Zukauf von Online-Offsetdruckkompetenz etablierte CEWE dann ab 2009/2010 den Kommerziellen Online-Druck als moderne Online-Druckerei für Geschäftsdrucksachen. Dieses zusätzliche Geschäftsfeld wuchs in den letzten 10 Jahren schnell auf eine Größenordnung von rund 100 Mio. Euro Umsatz, bis die Coronapandemie die Nachfrage nach Geschäfts- und Werbedrucksachen reduzierte.

In den beiden vergangenen Jahren hatte die Coronapandemie einen besonderen Einfluss auf Nachfrage- und Umsatzentwicklung in allen CEWE-Geschäftsfeldern: So lag der Umsatz im jüngst abgeschlossenen Geschäftsjahr 2021 bei 692,8 Mio. Euro (2020: 727,3 Mio. Euro). Im Vorjahr 2020 hatte v. a. im Weihnachtsgeschäft der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten als 2021.

Schon seit der Analog/Digital-Transformation zeigt sich im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing ein auch heute noch anhaltender Produktmixwandel: Zu Beginn der Digitalisierung fragten Konsumenten verstärkt weiterhin einzelne Fotoabzüge nach – wie früher von analogen Filmen, jetzt eben von digitalen Bildformaten. Mit den digitalen Produktinnovationen veränderte sich dann die Nachfrage von diesen einfachen (niedrigmargigen) Fotoabzügen zu höhermargigen „Mehrwertprodukten“ wie dem CEWE FOTOBUCH, Fotokalendern, Wandbildern, Grußkarten



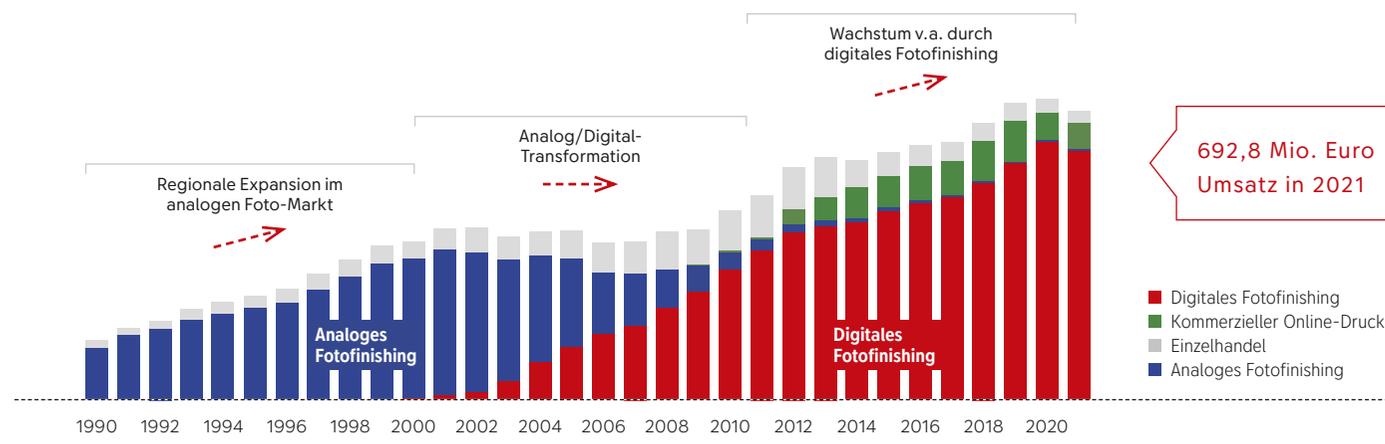
692,8

Mio. Euro Umsatz in 2021

und vielen weiteren Fotogeschenken. So hat v. a. diese Veränderung des Fotofinishing-Produktmixes zu einer stetig steigenden operativen Fotofinishing-EBIT-Marge geführt und damit auch die Ergebnissituation für die CEWE-Gruppe insgesamt kontinuierlich verbessert.

- » **Starkes EBIT auch 2021: Mit 72,2 Mio. Euro erreicht CEWE das zweithöchste Ergebnis der Unternehmensgeschichte**
- » **Da v. a. der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt 2020 eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten hatte, erreicht das Geschäftsfeld Fotofinishing nicht das Vorjahres-EBIT**
- » **Dabei zeigt sich der Trend einer steigenden operativen Fotofinishing-EBIT-Marge intakt: 12,7% nach 12,4% im letzten Vor-Corona-Jahr 2019**
- » **Mit deutlichen Verbesserungen tragen die Geschäftsfelder Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck positiv zum Gruppen-EBIT bei**

Langfristige Umsatzentwicklung

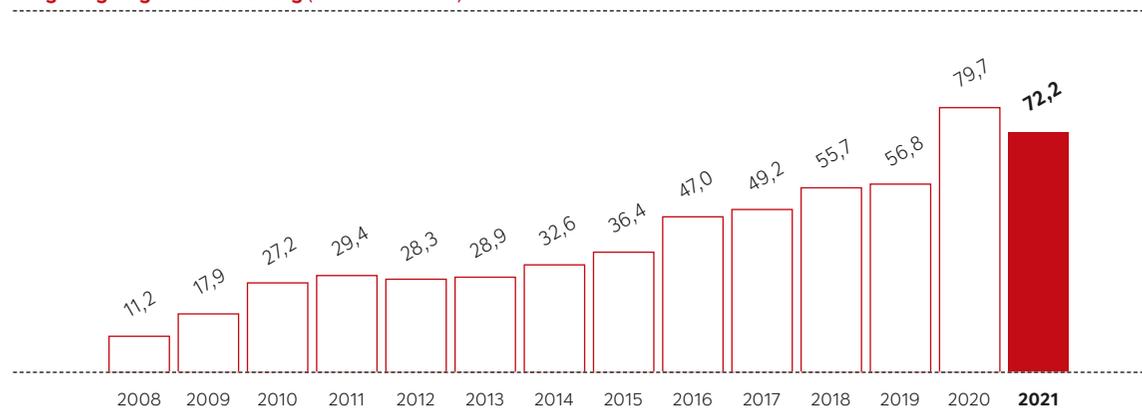


Das operative Ergebnis (EBIT) erreichte 2021 mit 72,2 Mio. Euro einen Wert innerhalb der für dieses Geschäftsjahr geplanten Zielbandbreite von 72 bis 84 Mio. Euro (EBIT 2020: 79,7 Mio. Euro). Im ersten Pandemiejahr 2020 war die Nachfrage nach Fotoprodukten – und damit auch das Ergebnis des dominierenden Hauptgeschäftsfelds Fotofinishing – außergewöhnlich hoch, da viele Menschen die Lockdown-Zeit zu Hause nutzten, um Fotoprodukte zu bestellen oder – auch mit oftmals älteren Bildern – Foto-Projekte nachzuholen. Verglichen mit dem Vor-Corona-Jahr 2019 legte das 2021 erreichte EBIT um rund 27% zu (EBIT 2019: 56,8 Mio. Euro).

Dabei liegt das Gruppen-EBIT 2021 mit 72,2 Mio. Euro zwar 7,5 Mio. Euro unter dem des Vorjahres, ist aber zugleich das zweithöchste Ergebnis der Unternehmensgeschichte. Insgesamt also erneut ein ergebnisstarkes Jahr, wobei die Ergebnisverteilung auf die Quartale – v. a. aufgrund der unterschiedlichen Zeitpunkte von staatlichen Corona-Maßnahmen – gänzlich anders verlief als noch im Vorjahr 2020: Auf der einen Seite die Corona-Lockdowns in Q2-2020, Q4-2020 und Q1-2021 mit einem deutlich positiven Nachfrageimpuls für das Geschäftsfeld Fotofinishing und gleichzeitig starken Umsatzrückgängen für Einzelhandel und Kommerziellen Online-Druck. Auf der anderen Seite Corona-Lockerungen in Q3-2020 und Q2/Q3-2021 mit genau entgegengesetzter Wirkung auf die drei CEWE-Geschäftsfelder.

Da v. a. der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt im Weihnachtsgeschäft 2020 eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten hatte als im jetzt abgeschlossenen Jahr 2021, blieb das Geschäftsfeld Fotofinishing mit einem EBIT von 71,2 Mio. Euro hinter dem des Vorjahres zurück (FF-EBIT 2020: 88,6 Mio. Euro). Dabei zeigt sich der seit vielen Jahren anhaltende Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnismarge weiter intakt: Nach 12,4% in 2019

Langfristige Ergebnisentwicklung (EBIT in Mio. Euro)

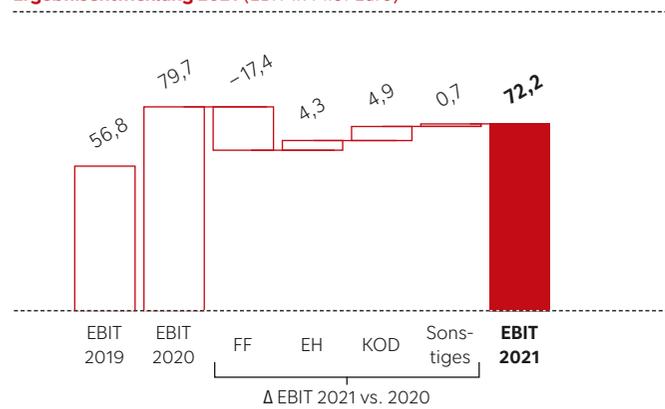


(sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) setzt er sich auf nunmehr 12,7% in 2021 erfreulich fort. Daneben wurde dieser Rückgang im Fotofinishing-EBIT durch die Verbesserungen im Einzelhandel um +4,3 Mio. Euro (hier waren im Vorjahr noch Restrukturierungskosten für die Filialstrukturoptimierung angefallen) und im Kommerziellen Online-Druck um +4,9 Mio. Euro zu einem guten Teil kompensiert.

72,2

Mio. Euro EBIT in 2021

Ergebnisentwicklung 2021 (EBIT in Mio. Euro)



Da vor allem der coronabedingte „Stay at-home“-Effekt 2020 eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten hatte, erreichte das Geschäftsfeld Fotofinishing nicht das Vorjahres-EBIT – aber deutlich mehr als in allen Jahren davor. Mit deutlichen Verbesserungen tragen die Geschäftsfelder Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck positiv zum Gruppen-EBIT bei.

KERNGESCHÄFTSFELD FOTOFINISHING

Wechsel von Corona-Lockerungen und -Lockdown führt zu verändertem Nachfrageverlauf

Das Nachfrageprofil nach Fotoprodukten war im Jahr 2021 ein gänzlich anderes als im Vorjahr 2020: War das erste Quartal 2020 noch ein weitestgehend „normales“ (Non-Corona-)Quartal, so war das erste Quartal 2021 hingegen ein vom Lockdown stark geprägtes Quartal mit positivem Effekt auf die Nachfrage im Fotofinishing. Genauso wie auch schon sehr deutlich das zweite Quartal im Vorjahr 2020: Viele CEWE-Kundinnen und -Kunden hatten die Zeit zu Hause im Lockdown genutzt, um Fotoprodukte – auch mit älteren Fotos aus zurückliegenden Jahren – zu bestellen.

- » Im Vorjahr 2020 hatte besonders im Weihnachtsgeschäft der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten und in der Folge auf Umsatz und Ergebnis im Fotofinishing
- » Der Fotofinishing-Umsatz erreicht daher 590,1 Mio. Euro in 2021 (2020: 620,0 Mio. Euro)
- » Auch 2021 starkes Fotofinishing-EBIT: 71,2 Mio. Euro (2020: 88,6 Mio. Euro)
- » Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnismarge setzt sich nach 12,4% in 2019 (sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) auf nunmehr 12,7% in 2021 erfreulich fort

Das zweite Quartal 2021 stand dagegen im Einfluss von Corona-Lockerungen, die nachfragereduzierend wirkten. Auch im dritten Quartal 2021 holten viele Menschen verstärkt die Dinge nach, die im Lockdown nicht möglich waren und bestellten weniger Fotoprodukte. Im Weihnachtsgeschäft des vierten Quartals 2020 hatte der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt dann eine noch größere positive Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten als im nun abgeschlossenen vierten Quartal 2021. Insgesamt war das Fotofinishing-Geschäft 2021 im Vorjahresvergleich also sogar doppelt negativ betroffen: durch die sehr positive, Corona-Sonderkonjunktur-beeinflusste Vorjahresvergleichsbasis und durch ein durch Corona-Lockerungen geschwächtes Nachfrageverhalten.

Fotovolumen und CEWE FOTOBUCH-Absatz folgen dem geänderten Nachfrageverlauf

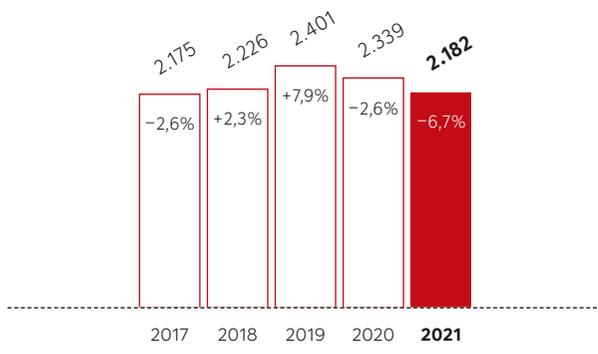
Der coronabedingt geänderte Nachfrageverlauf in 2021 wirkte sich auch auf die Gesamtbildermenge und die CEWE FOTOBUCH-Exemplare aus: Der Absatz des CEWE FOTOBUCH mit 5,65 Mio. Exemplaren (2020: 6,52 Mio. Exemplare) und die Gesamtanzahl an Fotos über alle Produkte mit 2,18 Mrd. Stück (2020: 2,34 Mrd. Fotos) waren im Gesamtjahr 2021 etwas geringer als im Vorjahr. Vor allem das coronabedingt geänderte Fotografierverhalten (auch aufgrund weniger Urlaubs- und v. a. Fernreisen) hat 2021 bei vielen Konsumenten zu weniger aufgenommenen und damit für Fotoprodukte verfügbaren Fotos geführt. Die Q2-Sonderkonjunktur im Corona-Lockdown des Vorjahres – verbunden auch mit der Nachholung vieler Fotobücher mit älterem Bildmaterial – sowie der „Ersatz“ von Weihnachtsbesuchen innerhalb der Familie oder bei Freunden durch die Zusendung von Fotoprodukten wiederholten sich nicht.

75 Mio.

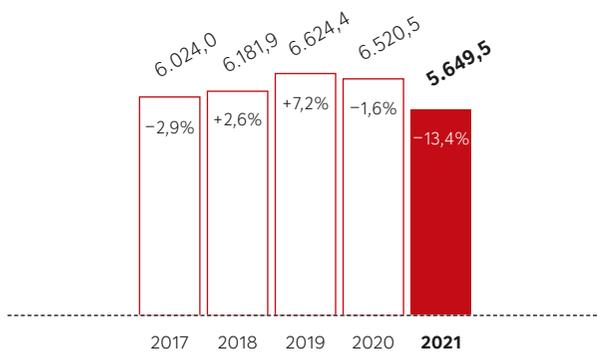
CEWE FOTOBUCH Exemplare seit 2005

Der Zeitpunkt von staatlichen Corona-Maßnahmen (Lockdown und Lockerungen) hatte deutlichen Einfluss auf die Nachfrageentwicklung in den Geschäftsjahren 2020 und 2021.



Fotos gesamt in Mio. Stück /
Veränderung zum Vorjahr in %

Das coronabedingt geänderte Fotografierverhalten hat 2021 zu weniger aufgenommen und damit für Fotoprodukte verfügbaren Fotos geführt.

Anzahl CEWE FOTOBUCH Exemplare gesamt in Tsd. Stück /
Veränderung zum Vorjahr in %

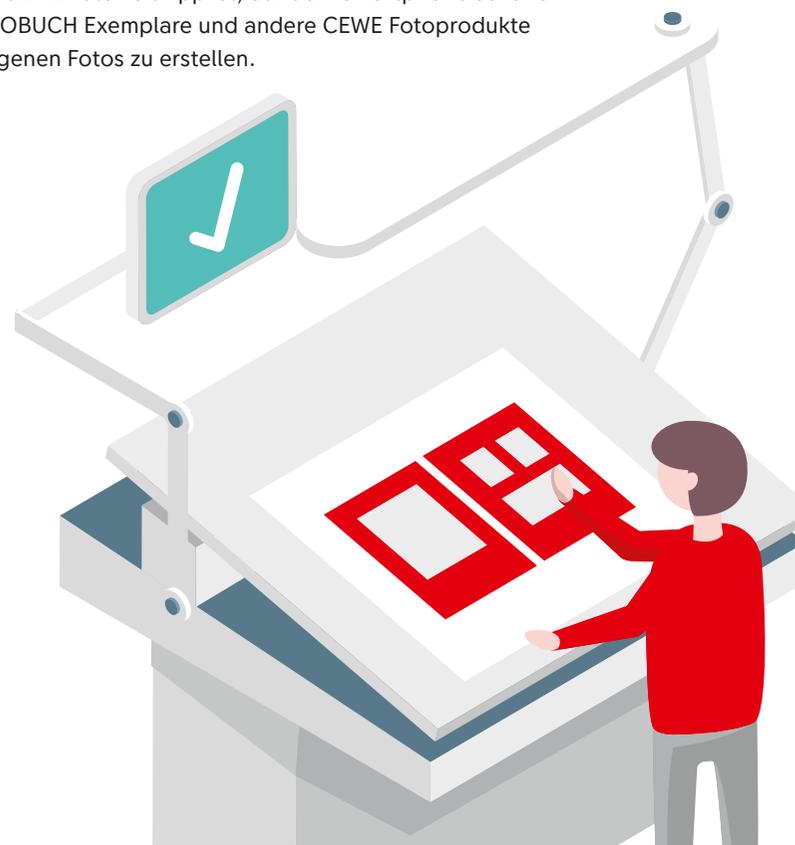
Vor allem das klassische Multi-Foto-Produkt fühlt den durch Corona-Urlaubsrestriktionen (u. a. wenige bis keine Fernreisen) aufkommenden, temporären Bildermangel.

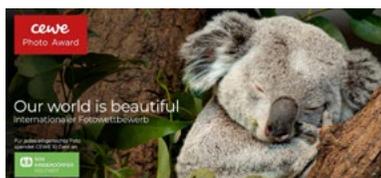
Das 75-millionste CEWE FOTOBUCH kommt aus England

Einen besonderen Meilenstein konnte CEWE im vergangenen Jahr erreichen: In England hat eine Kundin beim CEWE-Handelspartner Boots das 75-millionste CEWE FOTOBUCH bestellt. Im Jahr 2005 eingeführt, bestätigt das CEWE FOTOBUCH damit seine herausragende Position als Bestseller und beliebtestes Fotobuch in Europa.

CEWE Fotowelt App gewinnt EISA Award

Die Fachwelt erkennt die marktführende Position der CEWE-Innovationen an. Bei den EISA Awards 2021, eine der höchsten Auszeichnungen für Technikprodukte überhaupt, ist die CEWE Fotowelt App mit dem „EISA Award Photo Service 2021-2022“ als bestes Fotoprodukt ausgezeichnet worden. Die European Imaging and Sound Association (EISA) betonte dabei, wie leicht es mit der CEWE Fotowelt App ist, auf dem Smartphone schöne CEWE FOTOBUCH Exemplare und andere CEWE Fotoprodukte mit den eigenen Fotos zu erstellen.





Drei TIPA World Awards für die CEWE-Gruppe

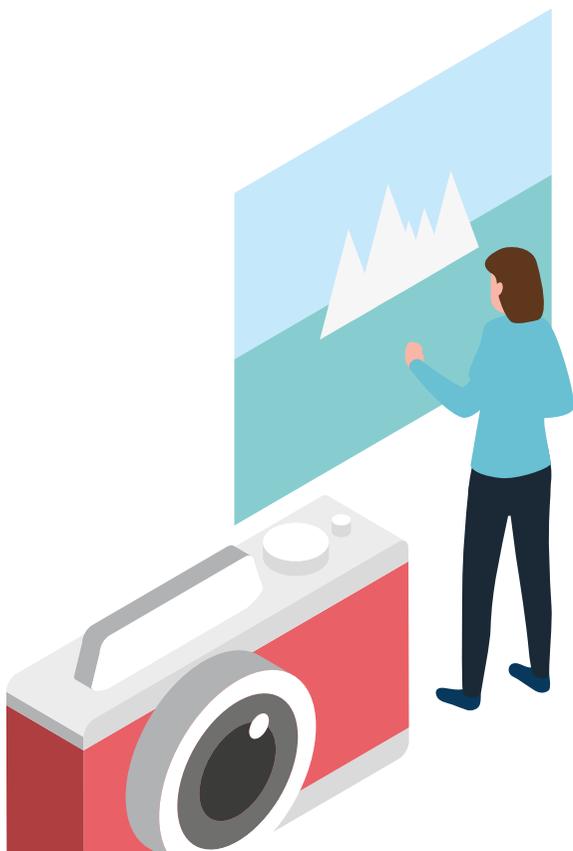
Gleich drei TIPA World Awards der „Technical Image Press Association“ – eine der renommiertesten Branchen-Auszeichnungen überhaupt – konnte die CEWE-Gruppe 2021 gewinnen: Mit dem Fotokalender in der A2 Gold Edition wurde CEWE zum „Best Photo Service Worldwide“ gekürt und gewann zudem mit dem CEWE Fotocenter in der Kategorie „Best Retail Finishing System Worldwide“. WhiteWall komplettierte die Auszeichnungen mit dem TIPA World Award für die WhiteWall „RoomView Funktion“, mit der man schon vor der Bestellung eines Wandbildes visualisieren kann, wie das Wunschbild in den eigenen vier Wänden wirken wird. Zusammen mit den bisherigen Auszeichnungen besitzt die CEWE-Gruppe damit nun insgesamt zehn TIPA World Awards.

CEWE Photo Award ist erneut weltgrößter Fotowettbewerb

Mit einer Rekordbeteiligung von 606.289 eingereichten Fotos aus über 170 Ländern ist der CEWE Photo Award mit dem Motto „Our world is beautiful“ 2021 mit großem Abstand erneut der weltgrößte Fotowettbewerb.

Fotofinishing-Umsatz mit 590,1 Mio. Euro –4,8% unter Sonderkonjunktur-gestütztem Vorjahresniveau

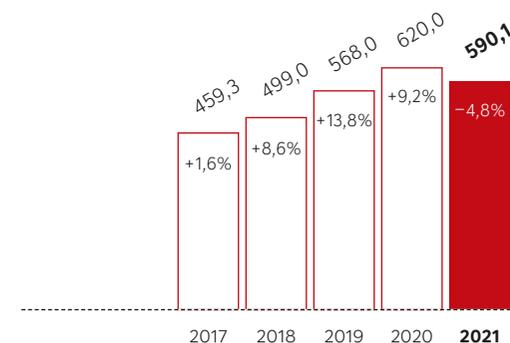
Die oben beschriebene Veränderung des Nachfrageverlaufs im Wechsel von Corona-Lockdown und Lockerungen führte 2021 zu einem Fotofinishing-Umsatz von 590,1 Mio. Euro: ein Rückgang um –4,8% unter das außerordentlich hohe, Corona-Sonderkonjunktur-gestützte Vorjahresniveau von 620,0 Mio. Euro.



Das vierte Quartal hat mit dem Weihnachtsgeschäft weiterhin die größte Bedeutung für die Fotofinishing-Entwicklung: Mit einem Umsatzanteil von 44,9% am Gesamtjahresumsatz dokumentiert sich dieser Trend erneut (2014: 40,4%, 2015: 42,3%, 2016: 42,0%, 2017: 42,5%, 2018: 43,7%, 2019: 44,2%, 2020: 45,7%). So erreichte der Fotofinishing-Umsatz im Berichtsquartal 265,2 Mio. Euro (Q4 2020: 284,3 Mio. Euro). Im Weihnachtsgeschäft des Vorjahres-Q4 hatte der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere positive Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten als im nun abgeschlossenen vierten Quartal 2021.

Im Jahr 2020 hatte besonders im Weihnachtsgeschäft der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten als im nun abgeschlossenen Geschäftsjahr 2021.

Umsatz Fotofinishing in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



Umsatz pro Foto steigt auch 2021 weiter: +2,0%

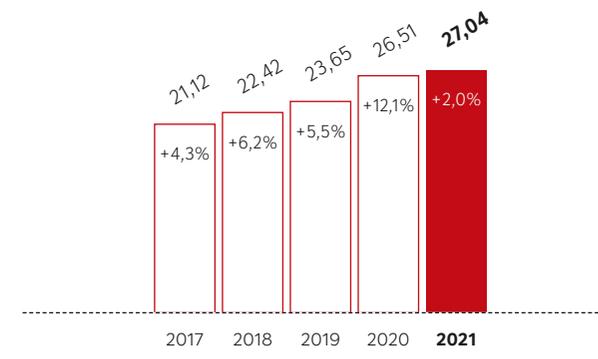
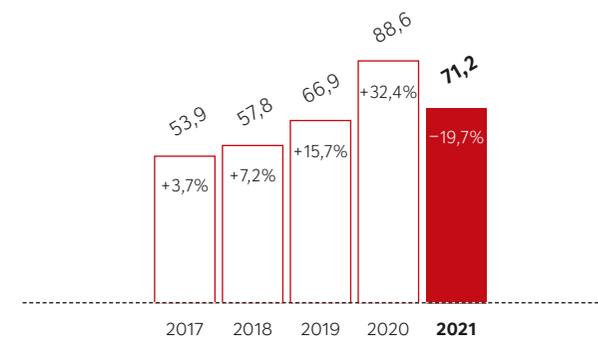
Auch im Jahr 2021 stieg der Umsatz pro Foto weiter. Damit stärkt der Trend zu höherwertigen Fotoprodukten weiterhin die Umsatz- und Ergebnisentwicklung. So ist der Umsatz pro Foto über alle Fotoprodukte von 26,51 Eurocent pro Foto in 2020 um 2,0% auf 27,04 Eurocent pro Foto in 2021 gestiegen.

Fotofinishing-EBIT erreicht 2021 mit erneut starkem Weihnachtsgeschäft 71,2 Mio. Euro

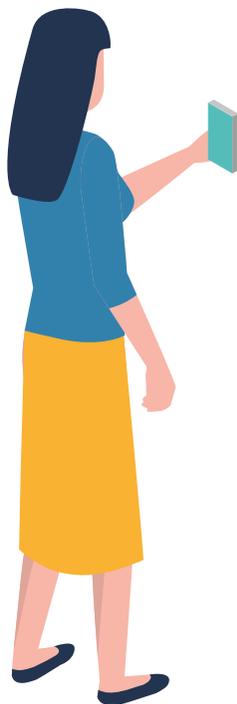
CEWE erwirtschaftete den größten Anteil des Jahresgewinns vor allem im vierten Kalenderquartal. Mit einem erneut starken Weihnachtsgeschäft erreichte der Geschäftsbereich Fotofinishing 2021 ein EBIT von 72,2 Mio. Euro (2020: 88,6 Mio. Euro). Im Vorjahr 2020 hatte der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten. So waren im Vorjahr aus dem gestiegenen Umsatz im Weihnachtsgeschäft zusätzliche Deckungsbeiträge durch starke Skaleneffekte in der Produktion in außergewöhnlicher Höhe entstanden. Entsprechend lag das EBIT im nun zurückliegenden Weihnachtsquartal 2021 mit 69,1 Mio. Euro unter dem Ergebnis des Vorjahresquartals (Q4 2020: 80,0 Mio. Euro).

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2021 sind dabei insgesamt rund –3,8 Mio. Euro Sondereffekte im Rahmen der Abschreibungen aus den Kaufpreisallokationen von Cheerz (–1,7 Mio. Euro) und WhiteWall (–2,1 Mio. Euro) angefallen. Im Vorjahr 2020 waren als Sonderaufwendungen zusammen –5,0 Mio. Euro für Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (DeinDesign –0,2 Mio. Euro, Cheerz –2,0 Mio. Euro und WhiteWall –2,1 Mio. Euro) sowie –0,7 Mio. Euro Restrukturierungskosten gebucht worden. Bereinigt um diese Sondereffekte erreichte das operative EBIT des Geschäftsfelds Fotofinishing 75,0 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2021 (bereinigtes operatives EBIT 2020: 93,6 Mio. Euro).

Der langjährige Trend hält ungebrochen an: Der Umsatz pro Foto legt auch 2021 weiter zu.

Fotofinishing-Umsatz pro Foto in Eurocent /
 Veränderung zum Vorjahr in %

EBIT Fotofinishing in Mio. Euro /
 Veränderung zum Vorjahr in %


Im Vorjahr 2020 hatte der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotoprodukten. Verglichen mit dem Vor-Corona-Jahr 2019 steigt das 2021 erreichte EBIT um rund 6,4%.



12,7%

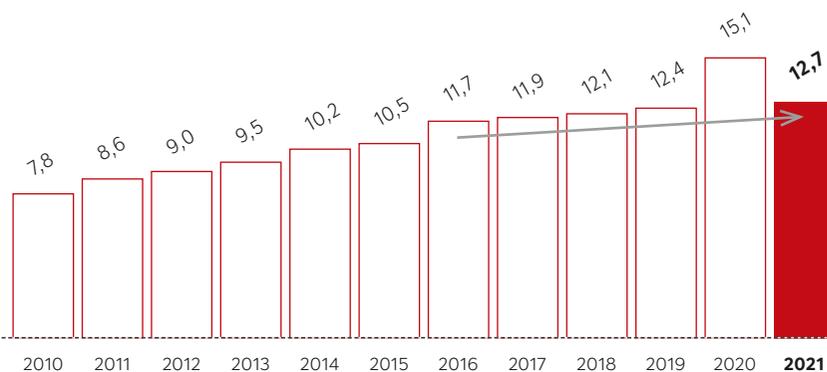
Operative Fotofinishing-EBIT-Marge 2021

Operative Fotofinishing-EBIT-Marge erneut gestiegen

Vor allem der anhaltende Produktmixwandel sowie die zusätzlichen Deckungsbeiträge aus dem langfristigen Umsatzzuwachs haben die operative EBIT-Marge im Fotofinishing (vor oben beschriebenen Sonderaufwendungen) in den letzten Jahren stetig ansteigen lassen.

So setzt sich dieser, seit vielen Jahren anhaltende Trend fort: Die operative EBIT-Marge steigt nach 12,4% in 2019 auf nunmehr 12,7% in 2021. Mit 15,1% war diese operative EBIT-Marge im Jahr 2020 – aufgrund der zusätzlichen Nachfrageimpulse im coronabedingten Lockdown mit hohen Skaleneffekten – temporär außergewöhnlich hoch.

Operative Fotofinishing-EBIT-Marge¹ steigt weiter in %



Auch der seit vielen Jahren anhaltende Trend einer sich kontinuierlich verbessernden operativen Ergebnis-marge im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing setzt sich nach 12,4% in 2019 (sowie coronabedingt vorübergehend außergewöhnlich hohen 15,1% in 2020) auf nunmehr 12,7% in 2021 erfreulich fort.

¹ ohne ausgewiesene Sondereffekte (hauptsächlich PPA-Effekte)

GESCHÄFTSFELD EINZELHANDEL

CEWE betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Multi-Channel-Retailing in Form von stationären Läden und Online-Shops. Der klare Fokus des CEWE RETAIL liegt auf der Generierung von Fotofinishing-Geschäft, also auf der Vermarktung von CEWE FOTOBUCH, Kalendern, Grußkarten, Wandbildern und weiteren Fotogeschenken. Der Umsatz- und Ergebnisbeitrag dieses Fotofinishing-Sortiments wird dabei im Geschäftsfeld Fotofinishing ausgewiesen. Im Geschäftsfeld Einzelhandel verbleiben lediglich Umsatz und Ergebnis aus dem Foto-Hardware-Geschäft mit z. B. Kameras und Fotozubehör. Dieses Handelswarengeschäft wird CEWE auch zukünftig margenoptimal unter bewusstem Verzicht auf unprofitable Umsätze entwickeln.

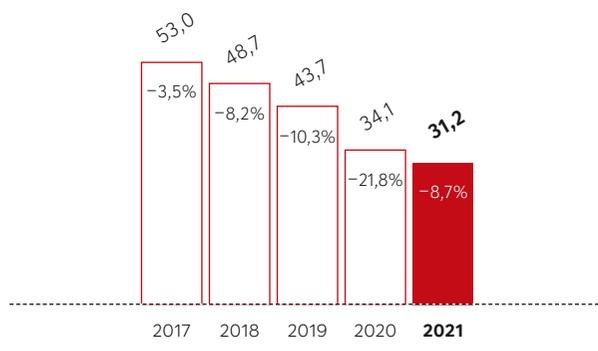
- » Der Hardware-Einzelhandel zeigt sich gut aufgestellt und erreicht trotz rund 30% weniger Filialen als im Vorjahr (100 statt 140 Ladengeschäfte) mit 31,2 Mio. Euro einen nur um –8,7% reduzierten Umsatz (2020: 34,1 Mio. Euro)
- » Das EBIT im Einzelhandel verbessert sich auf 0,2 Mio. Euro (2020: –4,2 Mio. Euro)
- » Im Vorjahr waren noch Restrukturierungskosten für die Filialstrukturoptimierung sowie Wertberichtigungen auf Vorräte von zusammen 4,4 Mio. Euro angefallen

Trotz 30% weniger Filialen erreicht der Einzelhandel 31,2 Mio. Euro Umsatz

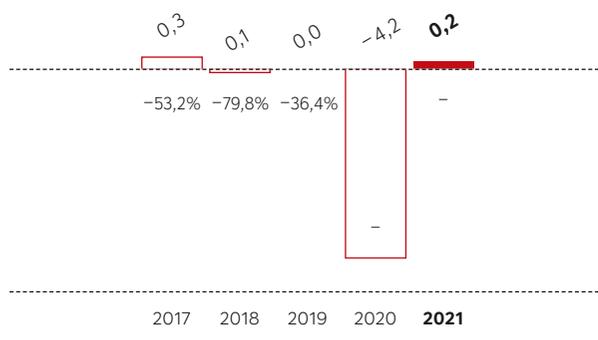
Die im Geschäftsfeld Einzelhandel ausgewiesenen Foto-Hardware-Umsätze sind durch den bewussten Verzicht auf margenschwaches Geschäft und durch die Fokussierung auf das Fotofinishing bereits seit einigen Jahren mit gut –10% geplant rückläufig. Der Hardware-Einzelhandel zeigte sich 2021 insgesamt gut aufgestellt und erreichte trotz rund 30% weniger Filialen als im Vorjahr (100 statt 140) mit 31,2 Mio. Euro einen nur um –8,7% reduzierten Umsatz (2020: 34,1 Mio. Euro): Im Q1 2021 verlor der Einzelhandel durch die anhaltende Lockdown-Situation noch –16,8% Umsatz, im Q2 erreichte er dann vor dem Hintergrund von Corona-Lockdowns verglichen mit den ersten, harten Lockdowns im Vorjahr einen Umsatz auf Vorjahresniveau. Im dritten Quartal fiel der Umsatz mit –15,8% schwächer aus als im Q3 des Vorjahres. Mit 9,8 Mio. Euro Umsatz betrug der Umsatzrückgang im Q4 dann nur noch –3,0% (Q4 2020: 10,1 Mio. Euro).

Mit Beginn der Pandemie und deren Auswirkungen auf den gesamten Einzelhandel zeigte sich der Umsatzrückgang aufgrund der reduzierten Frequenz in Ladengeschäften im Jahr 2020 deutlich. Vor diesem Hintergrund hatte CEWE im Vorjahr 2020 beschlossen, insgesamt etwas mehr als 40 Filialen in allen Ländern, in denen CEWE Einzelhandel betreibt, zu schließen. Von dieser beschleunigten Optimierung der Filialstruktur hat der CEWE-Einzelhandel nun im aktuell abgeschlossenen Geschäftsjahr 2021 bereits profitiert.

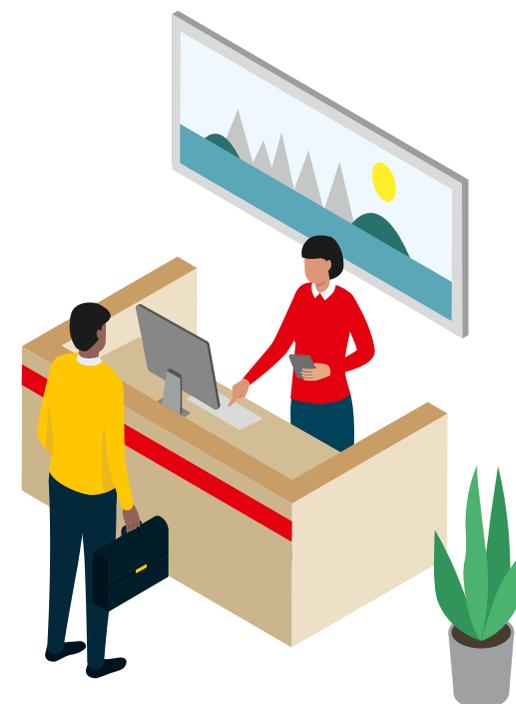


Umsatz Einzelhandel in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %

Durch den bewussten Verzicht auf margenschwache Umsätze und die Fokussierung auf das Fotofinishing-Geschäft ist der Hardware-Einzelhandel bereits seit einigen Jahren rückläufig. Nach der Optimierung der Filialstruktur mit nun 30% weniger Ladengeschäften zeigt sich der EH 2021 gut aufgestellt.

EBIT Einzelhandel in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %

Das EBIT im Einzelhandel verbessert sich 2021 deutlich. Im Vorjahr waren noch Restrukturierungskosten für die Filialstrukturoptimierung sowie Wertberichtigungen auf Vorräte von zusammen 4,4 Mio. Euro angefallen.



Hardware-Einzelhandel verbessert Ergebnis mit optimierter Filialstruktur

Das ausgewiesene EBIT im Einzelhandel verbessert sich 2021 deutlich um 4,3 Mio. Euro auf 0,2 Mio. Euro (2020: -4,2 Mio. Euro). Im Vorjahr waren aufgrund der angekündigten Filialstrukturoptimierung noch rund 2,9 Mio. Euro Restrukturierungsrückstellungen und 1,5 Mio. Euro Wertberichtigungen auf Vorräte angefallen.

Auch im Einzelhandel ist das Weihnachtsgeschäft und damit das vierte Quartal entscheidend für die Ergebnisentwicklung im Gesamtjahr. Mit einem vor allem im Dezember-Weihnachtsgeschäft erzielten EBIT von 0,9 Mio. Euro konnte der CEWE-Einzelhandel seine operative Q4-Profitabilität mit einer EBIT-Marge von 9,6% im Vergleich zum Vorjahresquartal sogar steigern (um Restrukturierungskosten bereinigtes EBIT Q4 2020: 0,8 Mio. Euro; operative EBIT-Marge Q4 2020: 7,5%).

100

Einzelhandelsfilialen mit Fokus auf den Absatz von Fotofinishing-Produkten

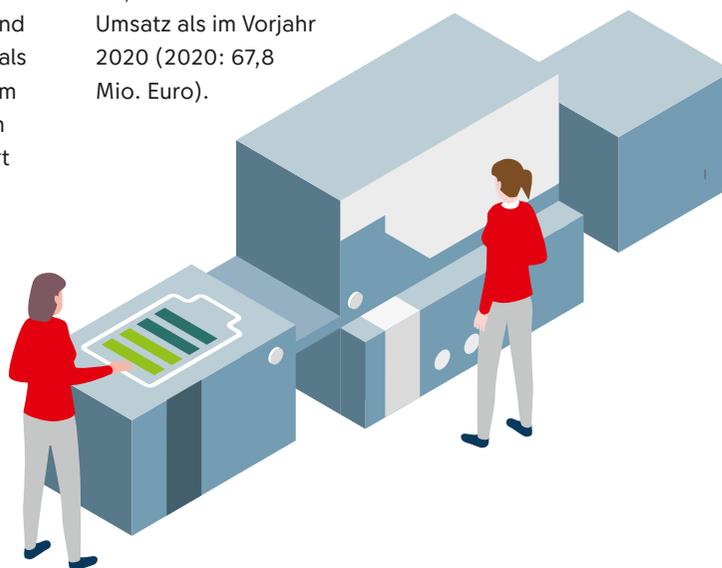
GESCHÄFTSFELD KOMMERZIELLER ONLINE-DRUCK

CEWE ist mit den Online-Druck-Marken SAXOPRINT, viaprinto und LASERLINE im europäischen Markt mit dem Schwerpunkt in der DACH-Region für online bestellte Werbe- und Geschäftsdrucksachen bestens aufgestellt: SAXOPRINT bedient mit einem günstigen Preis/Leistungs-Verhältnis Kunden primär im Offsetdruck sowohl im Inland als auch in den anderen internationalen Märkten, viaprinto ist als Anbieter hochwertiger Druckprodukte in kleinen Auflagen im Digitaldruck positioniert und LASERLINE ist besonders stark im Berliner und Brandenburger Raum aufgestellt und bedient dort regional ansässige Kunden.

Kommerzieller Online-Druck spürt den Wechsel von Corona-Lockdown und -Lockerungen

Die durch die Coronapandemie verursachten Lockdowns reduzierten die Geschäfts- und damit die Werbeaktivität in vielen Ländern Europas deutlich. So hatte der Kommerzielle Online-Druck insbesondere durch die Schwäche der Veranstaltungs-, Tourismus- und Reisebranche auch im Jahr 2021 mit erheblichen Umsatzschwankungen zu kämpfen: Das erste Quartal 2021 war aufgrund des Corona-Lockdowns noch mit -43,2% (verglichen gegen ein nahezu Corona-freies

erstes Quartal 2020) im Umsatz rückläufig, im zweiten Quartal ließen Corona-Lockerungen mit der Wiederbelebung des Geschäftslebens die Nachfrage nach Werbedrucksachen wieder steigen, der Kommerzielle Online-Druck konnte um +25,8% im Vergleich zum Corona-Lockdown-geschwächten Vorjahres-Q2 zulegen. Unter diesem Eindruck stiegen auch der Q3-Umsatz mit +8,0% sowie der Q4-Umsatz um +20,9% (22,9 Mio. Euro; Q4 2020: 19,0 Mio. Euro) im Vergleich zum jeweiligen Vorjahresquartal. Insgesamt erreichte der Kommerzielle Online-Druck im Gesamtjahr 2021 (aufgrund des starken, coronabedingten Umsatzrückgangs in Q1 2021) mit 66,0 Mio. Euro einen um -2,6% leicht schwächeren Umsatz als im Vorjahr 2020 (2020: 67,8 Mio. Euro).

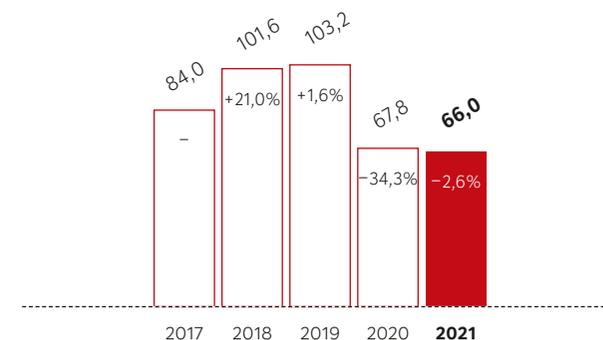


66,0

Mio. Euro Umsatz im KOD in 2021

Maßgeblich aufgrund des starken, coronabedingten Umsatzrückgangs in Q1 2021 spürt der Kommerzielle Online-Druck auch 2021 die Auswirkungen von Corona auf die Nachfrage nach Geschäftsdrucksachen.

Umsatz Kommerzieller Online-Druck in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



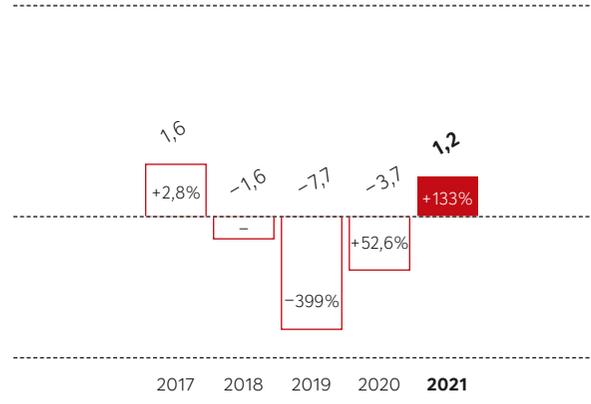
KOD schafft mit optimierter Produktions- und Kostenstruktur den Turnaround

Obwohl der Vor-Pandemie-Umsatz noch längst nicht wieder erreicht ist, schafft der Kommerzielle Online-Druck bereits auf Basis des 2021er-Umsatzniveaus den Turnaround und verbessert seinen EBIT-Beitrag zum Gruppen-Ergebnis erfreulich um 4,9 Mio. Euro auf 1,2 Mio. Euro (2020: -3,7 Mio. Euro). Dabei resultierten 2,3 Mio. Euro aus dem vierten Quartal 2021 (KOD-EBIT Q4 2020: 1,3 Mio. Euro). Ein weiter straffes Kostenmanagement entlang aller GuV-Positionen in Verbindung mit einer insgesamt effizienteren Produktions- und Kostenstruktur unterstützen diese Ergebnisverbesserung nachhaltig. CEWE hatte im Jahr 2020 den ehemaligen Produktionsstandort von LASER-LINE in Berlin mit der größeren Produktion von SAXOPRINT in Dresden zusammengefasst und damit die Produktionseffizienz insgesamt erhöht.

- » Der KOD-Umsatz bleibt auf Gesamtjahressicht mit 66,0 Mio. Euro leicht unter dem Vorjahreswert (2020: 67,8 Mio. Euro)
- » Mit optimierter Kostenstruktur schafft der KOD bereits auf diesem Umsatzniveau den Turnaround und erreicht ein EBIT von 1,2 Mio. Euro (2020: -3,7 Mio. Euro)

4,9

Mio. Euro Ergebnisverbesserung in 2021 v.a. durch die hocheffiziente SAXOPRINT-Produktion

EBIT Kommerzieller Online-Druck in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %


Ein weiter straffes Kostenmanagement in Verbindung mit einer insgesamt effizienteren Produktions- und Kostenstruktur führen zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung von 4,9 Mio. Euro.



GESCHÄFTSFELD SONSTIGES

CEWE führt seine Struktur- und Gesellschaftskosten sowie das Ergebnis aus Immobilienbesitz und Beteiligungen im Geschäftsfeld Sonstiges. Als geschäftsfeldübergreifende Struktur- und Gesellschaftskosten fallen im Wesentlichen Kosten der Aufsichtsgremien sowie der Hauptversammlung und aus der Investor-Relations-Tätigkeit an. Ferner werden die Ergebnisse der Konzerngesellschaft futalis in diesem Geschäftsfeld ausgewiesen, da sich die geschäftliche Tätigkeit nicht den anderen Geschäftsfeldern zuordnen lässt. futalis erzeugt und vermarktet online über www.futalis.de als Premiummarke hochindividuell und veterinärmedizinisch auf die speziellen Bedürfnisse eines Tieres abgestimmtes Tierfutter.

Im Geschäftsjahr 2021 hat CEWE im Geschäftsfeld Sonstiges Umsatzerlöse in Höhe von 7,6 Mio. Euro (2020: 6,6 Mio. Euro) erzielt, die sämtlich von der Gesellschaft futalis stammen. Das Geschäftsfeld Sonstiges trug in diesem Zeitraum mit einem Ergebnisbeitrag von – 0,4 Mio. Euro zum Gruppen-EBIT bei (H1 2020: – 1,1 Mio. Euro). Dabei resultiert die Ergebnisverbesserung zum einen aus einem positiven Ergebnisbeitrag von futalis, zum anderen war das Ergebnis aus Immobilienbesitz leicht größer als im Vorjahr.

48,9

Mio. Euro Nachsteuerergebnis

Nach 51,9 Mio. Euro im Vorjahr 2020 erwirtschaftet die CEWE-Gruppe ein erneut starkes Nachsteuerergebnis von 48,9 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2021.



GRUPPEN-GUV

Gruppenumsatz erreicht 692,8 Mio. Euro im Jahr 2021

Der coronabedingte Umsatzrückgang in den Geschäftsfeldern Fotofinishing, Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck führte im Gesamtjahr 2021 zusammen mit dem Zuwachs im Geschäftsfeld Sonstiges zu einem Gruppenumsatz von 692,8 Mio. Euro (2020: 727,3 Mio. Euro; -4,7%). Betrachtet man das isolierte vierte Quartal 2021, so erreichte der Gruppenumsatz 297,8 Mio. Euro (Q4 2020: 314,0 Mio. Euro).

Gruppen-EBIT liegt mit 72,2 Mio. Euro innerhalb des Zielkorridors für 2021

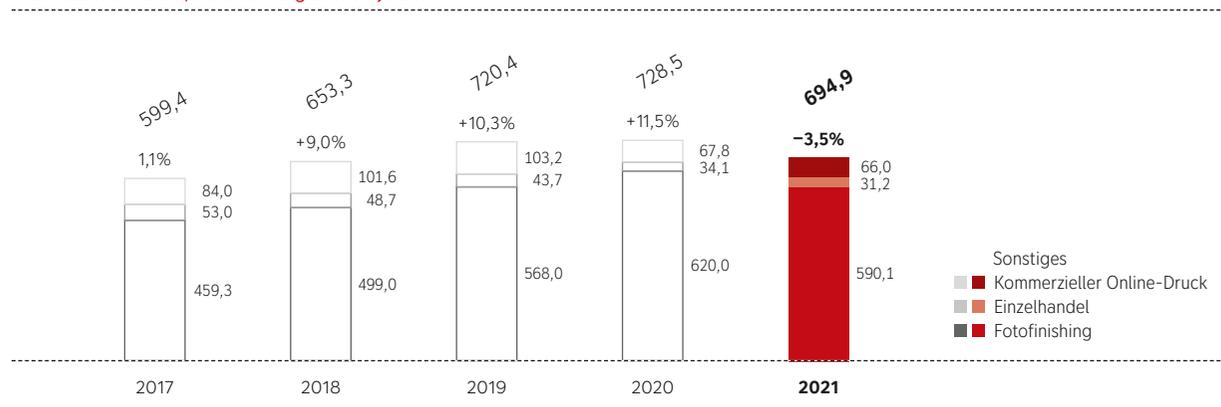
Das operative Ergebnis (EBIT) der CEWE-Gruppe erreichte mit 72,2 Mio. Euro einen Wert innerhalb der für 2021 geplanten Zielbandbreite von 72 bis 84 Mio. Euro (EBIT 2020: 79,7 Mio. Euro). Wie schon im Kapitel „Kerngeschäftsfeld Fotofinishing“ beschrieben, hatte im Vorjahr 2020 besonders im Weihnachtsgeschäft der coronabedingte „Stay-at-home“-Effekt eine noch größere Wirkung auf die Nachfrage nach Fotofinishing-Produkten und damit das Ergebnis der CEWE-Gruppe. Die Geschäftsfelder Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck schafften 2021 den Turnaround und trugen mit einem positiven Beitrag zum Gruppen-EBIT bei. Verglichen mit dem Vor-Corona-Jahr 2019 legte das 2021 erreichte EBIT um rund 27% zu (EBIT 2019: 56,8 Mio. Euro).

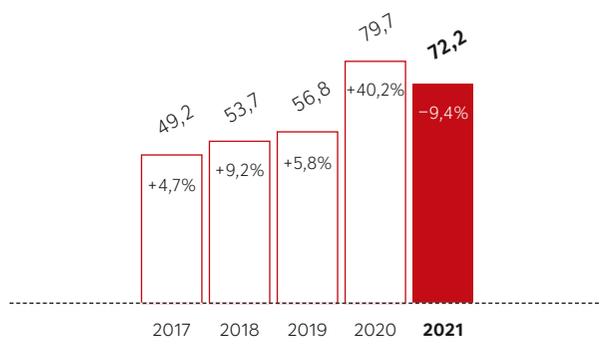
Die staatlichen Corona-Maßnahmen des Jahres 2021 mit Wechsel von Lockdown und Lockerungen sind (in unterschiedlicher Wirkungsrichtung) in allen Geschäftsfeldern und damit auch im Gruppenumsatz sichtbar.

- » 692,8 Mio. Euro Gruppen-Umsatz in 2021 (2020: 727,3 Mio. Euro)
- » Gruppen-EBIT liegt mit 72,2 Mio. Euro im geplanten Zielkorridor für 2021 (2020: 79,7 Mio. Euro)
- » Steuerquote auf erwartet normalem Niveau von 32,7%
- » Ergebnis je Aktie erreicht 6,77 Euro (2020: 7,20 Euro)



Umsatz in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



Operatives Ergebnis (EBIT) in Mio. Euro /
 Veränderung zum Vorjahr in %


Wie im Kapitel „Kerngeschäftsfeld Fotofinishing“ beschrieben, profitierte das Vorjahr 2020 noch stärker von dem coronabedingten „Stay-at-home“-Effekt. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 legt das EBIT 2021 um rund 27% zu.

Mitarbeiter der CEWE-Gruppe im Jahresdurchschnitt 2021
 nach Geschäftsfeldern


3.846 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren im Jahresdurchschnitt 2021 in der CEWE-Gruppe beschäftigt.

Viertes Quartal mit starkem Weihnachtsgeschäft generiert erneut das Jahresergebnis

Das vierte Quartal hat für das Jahres-EBIT vor allem aufgrund der ausgeprägten Saisonspitze im Fotofinishing eine große Bedeutung. So erreichte im Q4 2021 das ausgewiesene Konzern-EBIT 72,1 Mio. Euro (Q4 2020: 80,3 Mio. Euro). Erneut eine hervorragende Entwicklung im vierten Quartal mit einem Ergebnis klar oberhalb des letzten Vor-Corona-Q4-Ergebnisses des Jahres 2019 in Höhe von 58,8 Mio. Euro.

Veränderungen einzelner GuV-Positionen folgen maßgeblich der – unter Corona-Einfluss stehenden – Geschäftsentwicklung

Der Beitrag der verschiedenen Geschäftsfelder zur Gewinn- und Verlustrechnung hat jeweils eine andere Struktur: Im Fotofinishing bewirkt der Trend zu Mehrwertprodukten tendenziell eine Reduktion des Materialeinsatzes, während der Personaleinsatz und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen zulegen. Im Vergleich zum Fotofinishing ist der Kommerzielle Online-Druck tendenziell durch einen höheren Materialaufwand und etwas geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen gekennzeichnet. Dagegen weist der Einzelhandel im Vergleich zu den beiden anderen Geschäftsfeldern deutlich höhere Materialaufwendungen, aber geringere Personal- und sonstige betriebliche Aufwendungen auf.

Im Jahresdurchschnitt 2021 waren 3.846 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der CEWE-Gruppe beschäftigt (2020: 4.016). Davon arbeiteten 2.534 Mitarbeiter und damit rund 66% (2020: 2.652 Mitarbeiter bzw. 66%) in den inländischen und 1.312 Mitarbeiter und damit 34% (2020: 1.364 Mitarbeiter bzw. 34%) in den internationalen Betrieben der CEWE-Gruppe.

Gruppen-Gewinn- und Verlustrechnung

Gestiegene Erträge aus an Handelspartner weiterberechneten Maintenance-Kosten für CEWE Fotostationen sowie mit recycling-fähigen Restanten aus dem Produktionsprozess im Bereich der Verbrauchsmaterialien.

Vor allem die geringere Mitarbeiterzahl im Kommerziellen Online-Druck und Einzelhandel reduziert den Personalaufwand absolut. Tarifierpassungen und Einstellungen im Bereich der Zentralfunktionen erhöhen gegenläufig die Position.

Planmäßige Reduzierung durch über Zeit kleinere Abschreibungsbasis; im Vorjahr wurden zudem Restrukturierungsrückstellungen für die Filialstrukturoptimierung im Einzelhandel gebucht.

in Mio. Euro	2020	2021	Veränderung in %
Umsatzerlöse	727,3	692,8	-4,7
Bestandsveränderung	-0,4	0,3	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	1,3	1,3	-2,3
Sonstige betriebliche Erträge	23,0	27,1	+17,7
Materialaufwand	-170,1	-159,9	+6,0
Rohergebnis	581,1	561,6	-3,4
Personalaufwand	-196,1	-194,9	+0,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-249,9	-242,0	+3,2
EBITDA	135,1	124,6	-7,7
Abschreibungen	-55,4	-52,4	+5,3
EBIT	79,7	72,2	-9,4
Finanzerträge	0,0	2,0	>1.000
Finanzaufwendungen	-3,4	-1,5	+55,3
EBT	76,4	72,7	-4,8
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-24,4	-23,8	+2,5
Ergebnis nach Steuern Konzern	51,9	48,9	-5,8

Etwas geringerer Abbau an fertigen und unfertigen Erzeugnissen aufgrund der Auftragseingänge Ende Dezember 2021 sowie der in dieser Zeit verfügbaren Produktionskapazitäten.

Korrespondierend zur Umsatzentwicklung reduziert sich der Materialaufwand. Der Trend zu Mehrwertprodukten verbessert die Materialkostenquote leicht, im Vorjahr waren zudem Vorräte im Einzelhandel wertberichtigt worden.

Reduktion von umsatzproportionalen Kostenarten (z. B. Logistik- und Vertriebskosten), leichte Erhöhung der Marketingkosten; im Vorjahr zudem mehr Aufwand aus Währungskursdifferenzen.

Veräußerungserlös einer Finanzbeteiligung (Juniqe.de) erhöht Finanzerträge, im Vorjahr erhöhter Finanzaufwand durch Bewertung einer Put-Call-Option (Cheerz).

Der insgesamt leichte Rückgang des Durchschnittswerts resultiert dabei vor allem aus der Integration von LASERLINE in den Druckstandort von SAXOPRINT in Dresden und der damit verbundenen Stellenreduktion. Zusätzlich hat im Kommerziellen Online-Druck auch SAXOPRINT selbst weniger Mitarbeiter als im Vorjahr ebenso wie auch der Einzelhandel aufgrund der dortigen Filialstrukturoptimierung.

Konzernsteuerquote auf erwartetem, normalen Niveau von 32,7%

Die Konzernsteuerquote auf das ausgewiesene EBT liegt mit 32,7% auf dem erwarteten, normalen Niveau (Konzernsteuerquote 2020: 31,9%).

Nachsteuerergebnis von 48,9 Mio. Euro führt

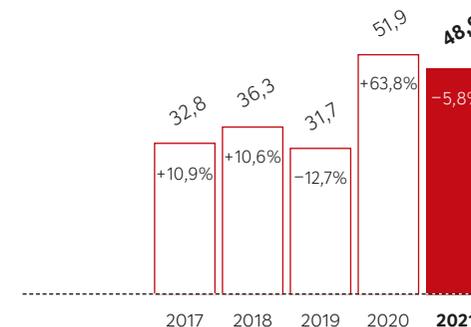
zu 6,77 Euro Ertrag je Aktie

Mit 48,9 Mio. Euro erreicht die CEWE-Gruppe für das Geschäftsjahr 2021 ein um 3,0 Mio. Euro geringeres Nachsteuerergebnis (2020: 51,9 Mio. Euro). Daraus folgend liegt das (unverwässerte) Ergebnis je Aktie bei 6,77 Euro (2020: 7,20 Euro).



Die Konzernsteuerquote auf das ausgewiesene EBT beträgt 32,7% für das Geschäftsjahr 2021 und liegt damit auf dem erwarteten, normalen Niveau.

Ergebnis nach Steuern in Mio. Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



Ergebnis je Aktie in Euro /
Veränderung zum Vorjahr in %



Auch das Ergebnis je Aktie liegt 2021 deutlich über dem Vor-Corona-Niveau von 2019.

BILANZ

Eigenkapitalquote steigt im Jahr 2021 auf starke 56,0%

Neben der auf starke 56,0% angestiegenen Eigenkapitalquote entwickeln sich auch andere Bilanzkennziffern sehr positiv. Die Konzernverschuldung (Summe der kurz- und langfristigen Schulden) geht um 60,8 Mio. Euro auf 263,7 Mio. Euro zurück, teilweise kompensiert durch den erfreulichen Anstieg des Eigenkapitals um 34,8 Mio. Euro auf 335,8 Mio. Euro. Die Fremdkapitalquote sinkt von 54,1% auf nur noch 44,0%. Das langfristige Vermögen von 361,8 Mio. Euro wird getreu der goldenen Bilanzregel durch langfristiges Kapital (Summe des Eigenkapitals und der langfristigen Schulden) im Wert von 421,1 Mio. Euro gedeckt.

Ende der Corona-Sonderkonjunktur lässt Bilanzsumme um 25,9 Mio. Euro auf 599,5 Mio. Euro zurückgehen

Hauptsächlicher Treiber des Rückgangs der Bilanzsumme sind auf der Aktivseite die in den kurzfristigen Vermögenswerten enthaltenen liquiden Mittel, die um 18,2 Mio. Euro zurückgeführt werden. Dies ist hauptsächlich eine Folge coronabedingt nachzuholender Steuerzahlungen aufgrund von Steuerherabsetzungen und Steuerstundungen des Jahres 2020. Zusätzlich gingen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen nach dem Ausbleiben der Corona-Sonderkonjunktur im 4. Quartal 2021 um 6,4 Mio. Euro zurück. Gegenläufig wirken die Ertragsteuerforderungen, die durch die Steuervorauszahlungen, die infolge des coronabedingt niedrigeren Ergebnisses um 5,1 Mio. Euro über dem sich ergebenden Steueraufwand liegen.

- » Die Eigenkapitalquote ist nach bereits sehr solidem Vorjahresniveau (31.12.2020: 48,1%) nochmals gestiegen auf jetzt 56,0%
- » Capital Employed steigt vor allem durch abklingende Corona-Effekte, die das Netto-Working Capital um 23,9 Mio. Euro erhöhen

Die Passivseite zeigt einen Rückgang der kurzfristigen Schulden um 52,3 Mio. Euro auf 178,4 Mio. Euro, der vor allem auf die bereits erwähnte Tilgung von das Vorjahr betreffenden Steuer-schulden in Höhe von 19,9 Mio. Euro zurückzuführen ist. Außerdem sind infolge des durch das Ausbleiben der Corona-Sonderkonjunktur im 4. Quartal geringeren Geschäftsvolumens die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 14,6 Mio. Euro gesunken. Der übrige Rückgang ist – nicht mit Corona im Zusammenhang stehend – auf den Kauf der verbliebenen Anteile an Cheerz für 9,8 Mio. Euro in den kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten und die langfristigen Schulden zurückzuführen, die um 8,5 Mio. Euro zurückgehen, was zum einen auf die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten und zum anderen auf infolge von versicherungsmathematischen Gewinnen gesunkene Pensionsrückstellungen zurückzuführen ist. Das Eigenkapital ist um 34,8 Mio. Euro gestiegen und zeigt in Form des Gesamtergebnisses von 56,1 Mio. Euro die auch nach Auslaufen der Corona-Sonderkonjunktur große Ertragsstärke von CEWE, die die übrigen Eigenkapitalveränderungen deutlich überkompensieren kann.

Abklingende Corona-Effekte lassen Bilanzsumme zurückgehen, jedoch das Capital Employed steigen.

56,0%

Eigenkapitalquote nochmals gestiegen

Bilanz 31.12.



In der Management-Bilanz wird die Bilanzsumme von 599,5 Mio. Euro (Vorjahr: 625,5 Mio. Euro) um die kurzfristigen operativen und somit nicht zinstragenden Schulden in Summe von 168,3 Mio. Euro (Vorjahr: 219,9 Mio. Euro) gekürzt und zeigt die durch Zinsen und Dividenden zu bedienenden Fremd- und Eigenkapitalelemente in Summe von 431,2 Mio. Euro (Vorjahr: 405,6 Mio. Euro).

Capital Employed steigt durch das vor allem durch abklingende Corona-Effekte erhöhte Netto-Working Capital um 25,6 Mio. Euro
Abklingende Corona-Effekte erhöhen das Netto-Working Capital deutlich. Hauptsächlicher Treiber des Anstiegs des Capital Employed um 25,6 Mio. Euro ist die Steuerposition (Ertragsteuerforderungen sowie Steuerschulden). Dies sorgte aufgrund nachgeholt, das Jahr 2020 betreffender Steuerzahlungen sowie der durch das Ausbleiben der Corona-Sonderkonjunktur im 4. Quartal 2021 über dem Steueraufwand des Jahres 2021 liegenden Steuervorauszahlungen für einen Anstieg um 25,1 Mio. Euro. Infolge des Endes der Corona-Sonderkonjunktur lassen auch die gesunkenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen das Capital Employed um 14,6 Mio. Euro steigen. Darin ist der Rückgang von Verbindlichkeiten sowohl gegenüber Lieferanten als auch gegenüber Handelspartnern enthalten. Letzteren schuldet CEWE am Jahresende deren Anteil an den Online-Mail-orderverkäufen, die CEWE inkassiert und deren Anteil im Corona-Jahr 2020 außergewöhnlich hoch war. Abklingende Corona-Effekte senken die Verbindlichkeiten sehr deutlich und erhöhen damit das Netto-Working Capital spürbar (+ 54,2 Mio. Euro). Zur Finanzierung dieses Verbindlichkeitenrückgangs sinkt die Cash-Position um 18,2 Mio. Euro, sodass insgesamt das Capital Employed nur um 25,6 Mio. Euro steigt.

Solides Eigenkapital lässt Capital Invested um 25,6 Mio. Euro steigen

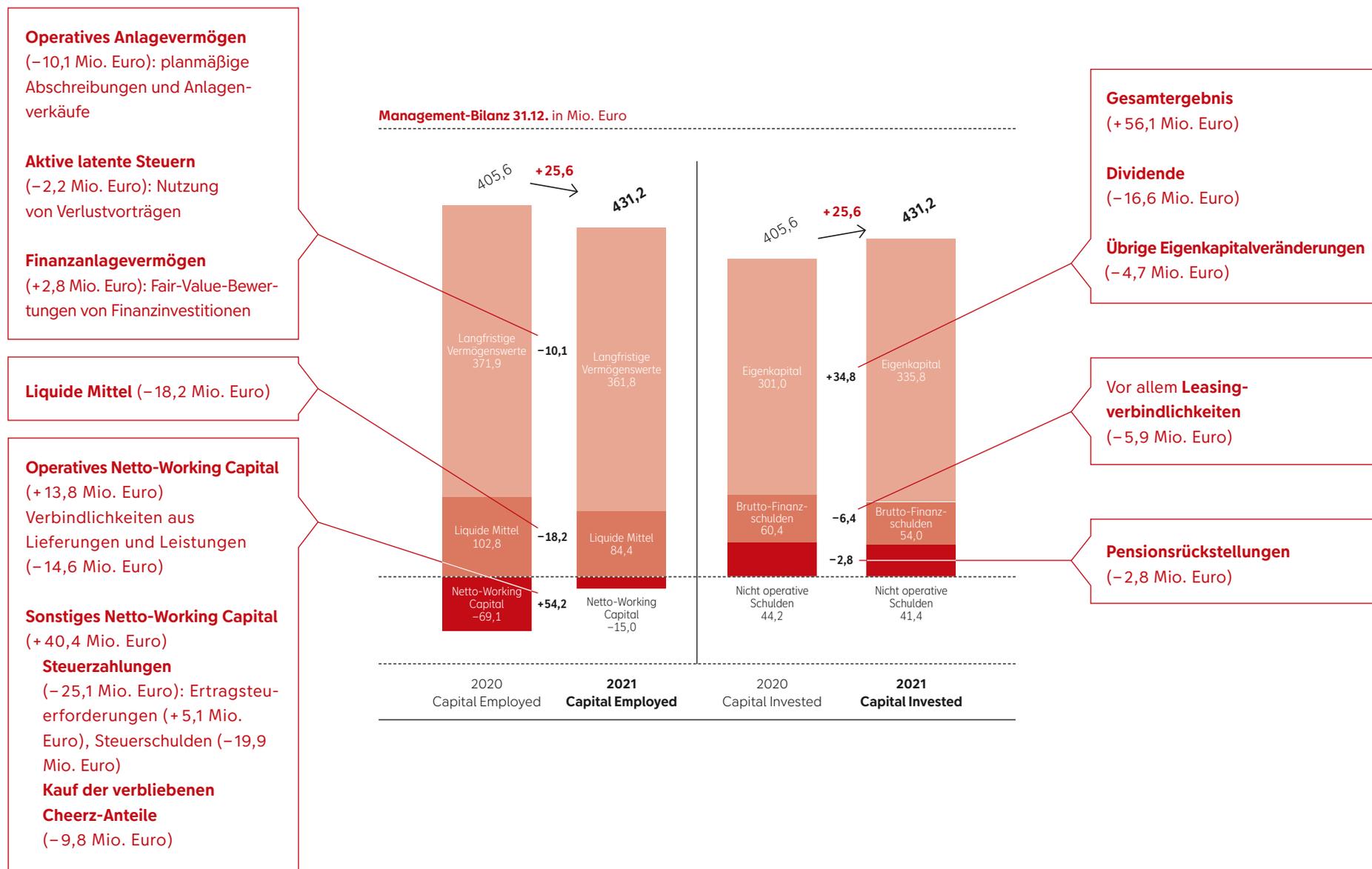
Der Anstieg des Capital Invested um 25,6 Mio. Euro ist vor allem auf das um 34,8 Mio. Euro gestiegene Eigenkapital zurückzuführen. Im Eigenkapital zeigt sich durch das Gesamtergebnis von 56,1 Mio. Euro die Ertragsstärke von CEWE, die die Dividendenzahlung sowie die übrigen Eigenkapitalveränderungen überkompensiert. Das Capital Invested reduzierend, sinken die Brutto-Finanzschulden um 6,4 Mio. Euro infolge des Rückgangs der Leasingverbindlichkeiten. Ebenso wirkt der Rückgang der nicht operativen Schulden um 2,8 Mio. Euro, der ganz überwiegend die Pensionsrückstellungen betrifft, die infolge versicherungsmathematischer Gewinne zurückgehen. Somit zeigen sich im Capital Invested praktisch keine Corona-Effekte.



+ 25,6

Mio. Euro Capital Employed-Anstieg

Management-Bilanz 31.12.



CASH FLOW

- » Der Verlauf der Coronapandemie lässt betrieblichen Cash Flow um 76,7 Mio. Euro auf 65,6 Mio. Euro zurückgehen
- » Free-Cash Flow vor allem durch Steuerzahlungen und infolge des aufgrund geringeren Geschäftsvolumens angestiegenen Netto-Working Capitals um 81,8 Mio. Euro verschlechtert
- » Um Corona-Effekte normalisierter Free-Cash Flow 2021 mit 63,7 Mio. Euro hauptsächlich durch EBITDA-Rückgang (-10,5 Mio. Euro) unter dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes (76,9 Mio. Euro)

Der Verlauf der Coronapandemie lässt betrieblichen Cash Flow um 76,7 Mio. Euro auf 65,6 Mio. Euro zurückgehen

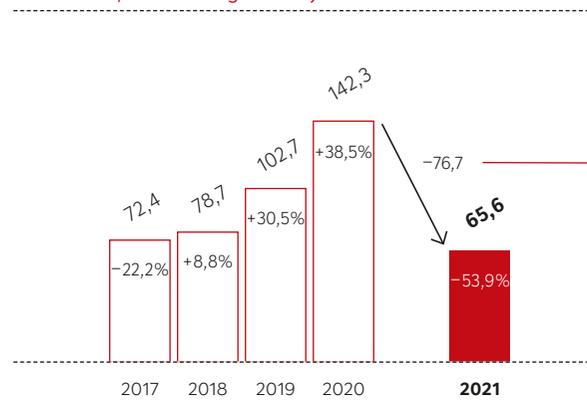
Die abklingenden Effekte der Coronapandemie sind an drei Positionen im betrieblichen Cash Flow zu beobachten und erklären damit praktisch vollständig den Rückgang um 76,7 Mio. Euro. Erstens die Steuerzahlungen, die im Geschäftsjahr 2020, um einen Liquiditätspuffer zu bilden, durch Stundungen bzw. Herabsetzungen teilweise in das Jahr 2021 verlegt wurden, stiegen deutlich um 36,3 Mio. Euro an. Zweitens: Im operativen Netto-Working Capital führten die im Cash Flow des Jahres 2020 positiv wirkenden Effekte aus dem Aufbau von Verbindlichkeiten gegenüber Handelspartnern aus dem Mailordergeschäft zur

Weihnachtssaison 2020 im 1. Quartal 2021 zu Zahlungsmittelabflüssen. Im 4. Quartal 2021 stellte sich dieser positive Effekt nicht mehr in der Höhe des Vorjahres ein. Dadurch und durch das infolge des Endes der Corona-Sonderkonjunktur insgesamt geringere Geschäftsvolumen kam es zu einem deutlichen Abbau der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sodass das operative Netto-Working Capital 25,9 Mio. Euro mehr Cash absorbierte. Drittens reduzierten sich auch die auf die Umsatzsteuer entfallenden Kundeneinzahlungen, so dass den im 1. Quartal 2021 abgeführten Umsatzsteuerverbindlichkeiten kein entsprechender Aufbau im Weihnachtsgeschäft gegenüberstand. Das sonstige Netto-Working Capital absorbierte hauptsächlich aus diesem Grund 14,1 Mio. Euro mehr Cash als im Vorjahr.

65,6

Mio. Euro Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit

Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit
in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %



(-) 0,5 Mio. Euro Rückgang im Ergebnis (Summe aus EBITDA und zahlungsunwirksamen Effekten)
 (-) 36,3 Mio. Euro höhere Steuerzahlungen wegen Nachholeffekten
 (-) 25,9 Mio. Euro Zunahme des operativen Netto-Working Capital wegen gesunkener Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
 (-) 14,1 Mio. Euro Zunahme des sonstigen Netto-Working Capital infolge gesunkener Umsatzsteuerverbindlichkeiten

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit steigt durch die Restakquisition von Cheerz auf –44,1 Mio. Euro

Bei nahezu unverändertem operativen Investitionsverhalten steigt der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit durch den Erwerb der verbliebenen Anteile an Cheerz.

Free-Cash Flow vor allem durch die abklingenden Effekte der Coronapandemie deutlich um 81,8 Mio. Euro reduziert, jedoch ...

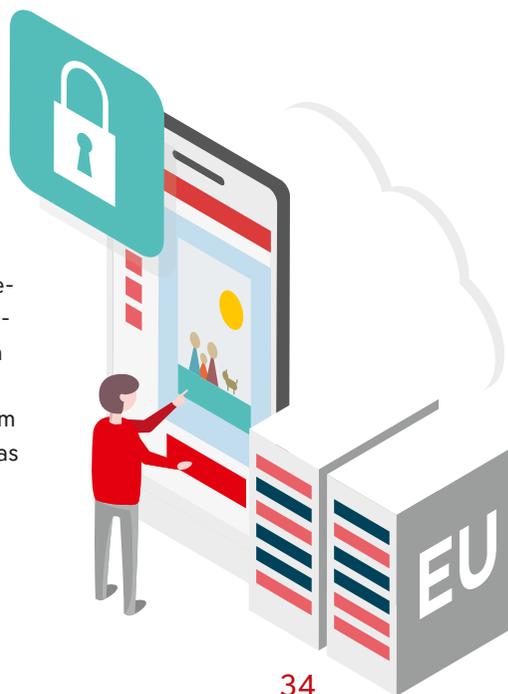
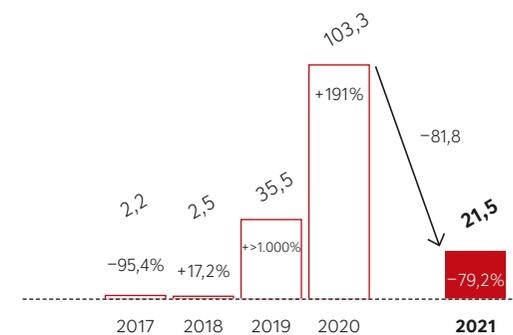
In Summe reduzierte sich der Free-Cash Flow um 81,8 Mio. Euro auf 21,5 Mio. Euro. Dies war eine Folge des Rückgangs des Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit um 76,7 Mio. Euro auf 65,6 Mio. Euro, der durch die abklingenden Effekte der Coronapandemie reduziert wurde sowie durch den infolge des Erwerbs der verbliebenen Anteile von Cheerz auf 44,1 Mio. Euro gestiegenen Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit.

... um vor allem Corona-Effekte normalisierter Free-Cash Flow 2021 mit 63,7 Mio. Euro hauptsächlich durch EBITDA-Rückgang (–10,5 Mio. Euro) unter dem Niveau des normalisierten Vorjahreswertes (76,9 Mio. Euro)

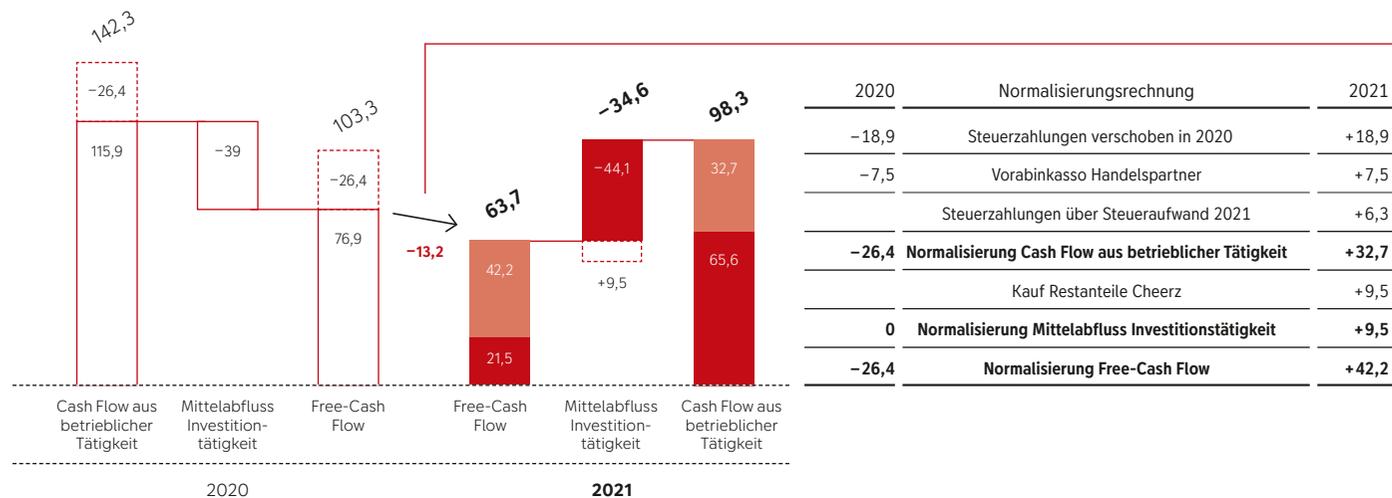
Im Geschäftsjahr 2020 wurde der betriebliche Cash Flow durch in das Folgejahr verschobene Steuerzahlungen um 18,9 Mio. Euro gestärkt. Ebenso wurden 2020 zusätzliche (gegenüber einem „normalen“ Jahr) ca. 7,5 Mio. Euro durch an Handelspartner abzuführende Kundenzahlungen im Online-/Mailordergeschäft eingenommen. In Summe wurden 2020 der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit sowie der Free-Cash Flow gleichermaßen um 26,4 Mio. Euro durch die besondere Coronasituation gestärkt. Im Geschäftsjahr 2021 führten beide Effekte zu zusätzlichen Zahlungsmittelabflüssen in eben dieser Höhe. Daneben ergaben sich mit 6,3 Mio. Euro über dem Steueraufwand des Jahres 2021 liegende Steuerzahlungen. Das Ende der Corona-Sonderkonjunktur ließ das EBITDA um 10,5 Mio. Euro zurückgehen. Somit wurde der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit mit 40,2 Mio. Euro vor allem durch die

Anstieg um 5,1 Mio. Euro durch den Erwerb der verbliebenen Anteile an Cheerz (9,8 Mio. Euro) und gegenläufige Rückflüssen aus Finanzanlagen sowie Anlagenverkäufen. Die Zahlungen für Anlageninvestitionen sind im Vergleich zum Vorjahr unverändert.

Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %

Free-Cash Flow in Mio. Euro / Veränderung zum Vorjahr in %


Normalisierter Cash Flow 2020 vs. 2021 in Mio Euro



Davon 10,5 Mio. Euro EBITDA-Rückgang v. a. aufgrund stärkerem "Stay-at-home"-Effekt im Vorjahr 2020.

Coronasituation belastet. Im Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit führte der Erwerb der restlichen Anteile an Cheerz zu einem zusätzlichen Mittelbedarf in Höhe von 9,7 Mio. Euro. Zusammenfassend wurde der Free-Cash Flow dadurch um 49,7 Mio. Euro reduziert. Ohne diese hauptsächlich corona-bedingten Effekte hätte der Free-Cash Flow des Jahres 2020 76,9 Mio. Euro betragen und der des aktuellen Geschäftsjahres 63,7 Mio. Euro und damit wegen des EBITDA-Rückgangs von -10,5 Mio. Euro unter dem des Vorjahres.

Ende der Corona-Sonderkonjunktur lässt Free-Cash Flow des 4. Quartals im Vergleich zum Vorjahresquartal um 21,8 Mio. Euro zurückgehen

Der Free-Cash Flow des 4. Quartals 2021 reduzierte sich um 21,8 Mio. Euro auf 99,8 Mio. Euro. Von diesem Rückgang entfielen im Vergleich zum Vorjahresquartal 20,2 Mio. Euro auf

den Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit, der damit einen Ergebnisrückgang um 9,6 Mio. Euro im EBITDA zeigt sowie ein Netto-Working Capital, das durch das geringere Geschäftsvolumen weniger an Handelspartner abzuführende Kundenzahlungen beinhaltet und gleichzeitig weniger vereinnahmte Umsatzsteuer. Gleichzeitig wurden 4,4 Mio. Euro mehr Steuerzahlungen geleistet. Als weitere Einflussgröße auf den Free-Cash Flow ist der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit zu nennen, der um 1,7 Mio. Euro stieg.

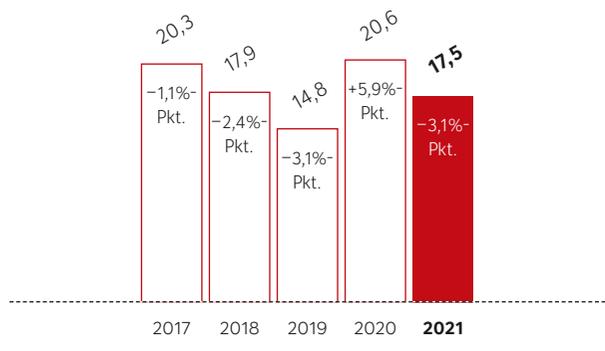


KAPITALRENTABILITÄT

» Auch nach Ende der Corona-Sonderkonjunktur: ROCE mit 17,5% deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019

Auch nach Ende der Corona-Sonderkonjunktur: ROCE mit 17,5% deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019
Der Return on Capital Employed (ROCE) als Kennzahl der Kapitalrentabilität verringerte sich von 20,6% auf 17,5%. Damit liegt er deutlich über den 14,8% des letzten Vor-Corona-Jahres 2019. Der Wert von 17,5% ergibt sich aus dem 12-Monats-EBIT

ROCE in % /
Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten



17,5%

ROCE auf Vor-Corona-Niveau

von 72,2 Mio. Euro und dem durchschnittlichen Capital Employed der vier Quartalsstichtage von 411,6 Mio. Euro. Diese Entwicklung ist gleichermaßen der Verringerung des 12-Monats-EBIT sowie der Erhöhung des durchschnittlichen Capital Employed zuzuschreiben.



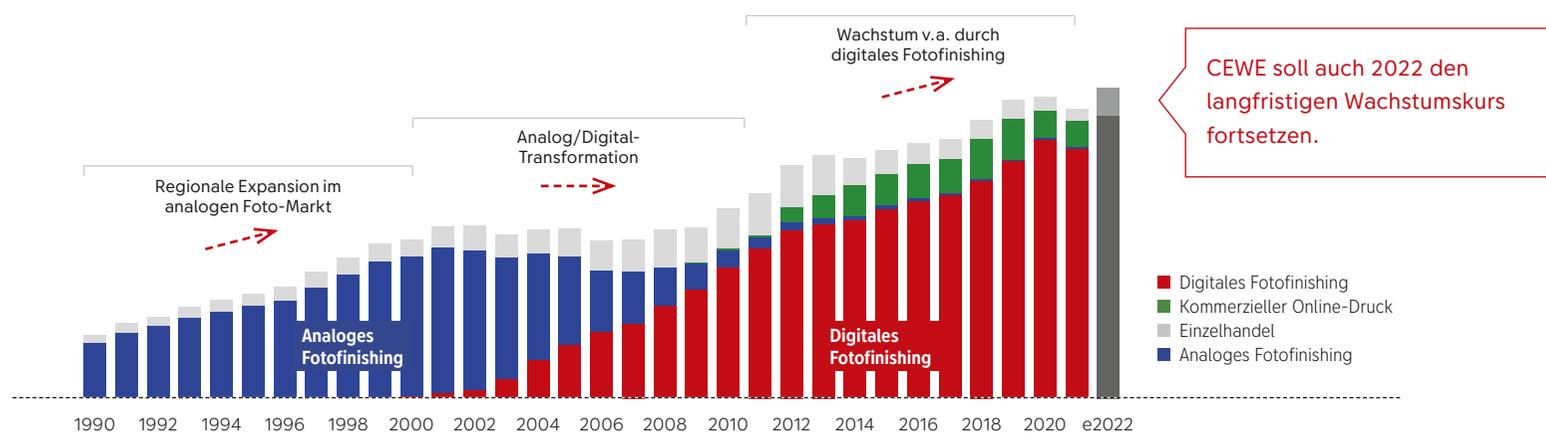
AUSBLICK 2022

Exogene Unsicherheiten drücken sich in Zielbandbreiten für 2022 aus

Das Geschäftsjahr 2022 wird geprägt durch exogen vorgegebene Unsicherheiten: Zum einen kann die weiter vorherrschende Corona-Lage mögliche Auswirkungen auf das Fotografier- und Bestellverhalten haben, zum anderen hat die hohe Inflation mit einer bereits eingetretenen bzw. noch zunehmenden allgemeinen Verteuerung einen Einfluss auf die Wareneinsatz- und Kosten-seite. Möglicherweise erforderliche und kompensierende Preiserhöhungen müssen umgesetzt werden. Um diesen externen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen und deren potenzielle Auswirkungen auf die CEWE-Geschäftsentwicklung planerisch zu erfassen, hat CEWE auch für das Geschäftsjahr 2022 für alle relevanten Zielgrößen Bandbreiten festgelegt. Diese Zielbandbreiten für 2022 stellen in etwa erwartete Größenordnungen dar und reflektieren dabei die vorgegebenen Unsicherheiten.

Es ist derzeit nur schwer absehbar, wann die aktuell hohen Inflationsraten potenziell wieder zurückgehen könnten. Für CEWE ist die Inflation aus zwei Sichten relevant: Zum einen kommt die Inflation auf der Aufwandsseite „quasi von selbst“, beschleunigt durch z. B. logistische Lieferschwierigkeiten, Rohstoffknappheit oder den Arbeitskräftemangel. So ist aktuell eine Verteuerung vieler Produktionsmaterialien und RHB-Stoffe zu beobachten, auch die Einstandspreise für z. B. Energiekosten, Logistikkosten sowie weitere Kostenarten steigen derzeit. Hier ist es Aufgabe für Unternehmen, die allfälligen Wünsche nach Preiserhöhungen bei allen Produktionsfaktoren aufzugreifen und einer beidseits zufriedenstellenden und auskömmlichen Lösung zuzuführen. Zum anderen besteht auf der Umsatzseite die Aufgabe, die erlittene oder noch zu erleidende Inflation der Aufwandsseite weiterzugeben, um das eigene Unternehmen zu schützen. Auch hier muss sensibel vorgegangen werden, um eine auch für Kunden

Langfristige Umsatzentwicklung



65–80

Mio. Euro EBIT für 2022 geplant

verständliche und akzeptable Lösung zu finden. Dabei ist es zusätzlich eine große Herausforderung, Veränderungen auf der Aufwands- und Umsatzseite möglichst zu synchronisieren, so dass es zu keiner zeitlichen Verzögerung kommt, die das Unternehmensergebnis negativ beeinflussen könnte. Diese Situation ist aktuell für viele Unternehmen gleich. CEWE arbeitet an diesen Aufgaben, analysierend und abwägend.

Nach Schluss des Geschäftsjahres ist der Ukraine-Konflikt eskaliert und ein Krieg zwischen Russland und der Ukraine ausgebrochen. CEWE geht davon aus, weder auf der Beschaffungs- noch auf der Absatzseite von diesem Konflikt direkt betroffen zu sein. Zum jetzigen Zeitpunkt gibt es keine Anzeichen negativer Einflüsse auf die Konsumenten-Neigung und damit auf die Umsatzentwicklung. Die CEWE-Planung für 2022 berücksichtigt etwaige Auswirkungen – v. a. auf die Konsumhaltung – eines sich zeitlich und oder räumlich ausdehnenden Ukraine-Krieges jedoch nicht.

CEWE weiter auf langfristigem Wachstumskurs

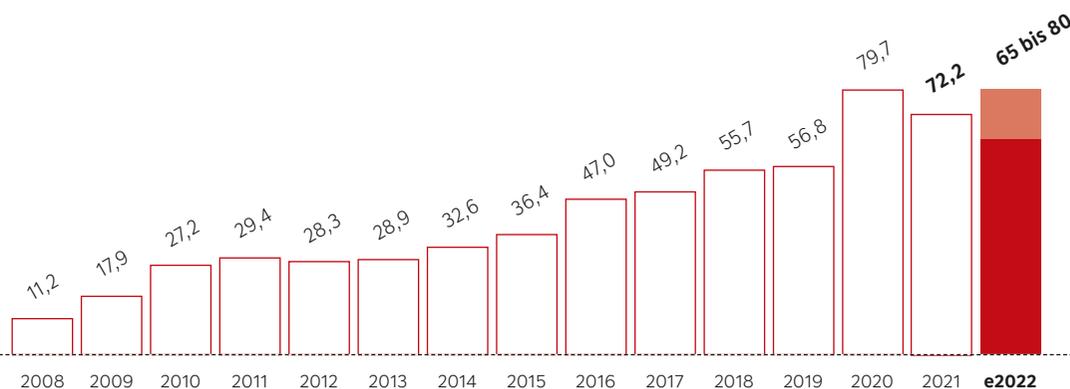
Der Konzernumsatz soll 2022 von 692,8 Mio. Euro im Vorjahr 2021 auf 680 Mio. Euro bis 740 Mio. Euro im Mittel leicht zulegen.

Dabei soll sich der Umsatz im Stammgeschäft Fotofinishing im Mittel leicht steigend entwickeln. Das Geschäftsfeld Einzelhandel soll geplant weiterhin eine leicht rückläufige Umsatzlinie mit Foto-Hardware zeigen und der Kommerzielle Online-Druck sollte nach einer Beruhigung der Corona-Situation in den meisten Märkten leicht im Umsatz zulegen können.

EBIT-Ergebniszielkorridor 2022: 65 bis 80 Mio. Euro

Das Konzern-EBIT soll nach 72,2 Mio. Euro im Vorjahr 2021 für das Geschäftsjahr 2022 im Korridor von 65 Mio. Euro bis 80 Mio. Euro liegen, das EBT zwischen 62 Mio. Euro und 77 Mio. Euro und das Nachsteuerergebnis zwischen 42 Mio. Euro und 52 Mio. Euro.

EBIT-Entwicklung in Mio. Euro



Auch für 2022 plant CEWE ein EBIT auf einem Niveau deutlich über dem Vor-Corona-Jahr 2019.

Zielsetzung für 2022 CEWE-Konzern

		2022	Veränderung in %
Fotos	Mrd. Stck.	2,0 bis 2,3	-7 bis 4
CEWE FOTOBUCH	Mio. Stck.	5,4 bis 5,8	-4 bis 3
Operative Investitionen ¹	Mio. Euro	60	
Umsatz	Mio. Euro	680 bis 740	-2 bis 7
EBIT	Mio. Euro	65 bis 80	-10 bis 11
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio. Euro	62 bis 77	-15 bis 6
Nachsteuerergebnis	Mio. Euro	42 bis 52	-14 bis 6
Ergebnis je Aktie	Euro/Aktie	5,89 bis 7,32	-13 bis 8

¹ Abflüsse aus Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände, saldiert um Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen; ohne Akquisitionen und Unternehmenszukäufe

Die Bandbreiten dieser Ziele für 2022 reflektieren die Unsicherheiten, die sich derzeit aus der Corona-Lage, der allgemeinen Verteuerung sowie aus der sich abzeichnenden Inflation und deren potenziellen Auswirkungen auf die CEWE-Geschäftsentwicklung ergeben. Diese Planung berücksichtigt zudem etwaige Auswirkungen - v. a. auf die Konsumhaltung - eines sich zeitlich und oder räumlich ausdehnenden Ukraine-Krieges nicht.

Operative Investitionen auf typischem Normalniveau geplant

Die für 2022 geplanten operativen Investitionen (d.h. Abflüsse aus Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände, saldiert um Zuflüsse aus dem Verkauf von Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen; ohne Akquisitionen und Unternehmenszukäufe) sollten auf dem Niveau von etwa 60 Mio. Euro liegen. Davon entfallen zusammen rund 20 Mio. Euro auf Investitionen in Immobilien, so u. a. auch auf den Kauf einer zusätzlichen Immobilie am CEWE-Hauptstandort Oldenburg sowie auf diverse Instandhaltungs- und Sanierungsmaßnahmen bestehender Immobilien.

Mindestens Dividendenkontinuität angestrebt

CEWE verfolgt grundsätzlich das Ziel der Dividendenkontinuität. Soweit dies angesichts der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens, der vorhandenen Investitionsmöglichkeiten und der Auswirkungen der gegenwärtigen Coronapandemie möglich erscheint, bedeutet dies eine mindestens absolut konstante, idealerweise steigende Dividende. Die absolute Höhe der Dividende ist dabei klar im Fokus, die Ausschüttungsquote ist ein Residuum dieser Politik.

